



# Rapportage

## De energiebehoefte van burgers rondom de energietransitie

### Atlas Leefomgeving

19 maart, 2025



Ministerie van Infrastructuur  
en Waterstaat

 **true**talk



Ministerie van Infrastructuur  
en Waterstaat

## Colofon

Onderzoek uitgevoerd door TrueTalk in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.

Auteurs:

Huayro Pootjes  
Rebecca Streng

Datum: 19 maart, 2025



## Inhoudsopgave

Leeswijzer .....	4
1. De aanleiding, doel en vraag van het onderzoek .....	5
1.1 Aanleiding en doel van het onderzoek .....	5
1.2 De vraag van Atlas Leefomgeving aan TrueTalk: .....	5
2. Onderzoeks methode en de aanpak.....	6
2.1 Onderzoeks methoden .....	6
2.2 De aanpak.....	8
3. De inzichten.....	9
3.1 Het hoofdinzicht.....	9
3.2 Belevingsinzichten.....	10
3.3 Feedback op de tekst .....	14
Over TrueTalk .....	17
Bijlage: Informatiebehoefte .....	18



## Leeswijzer

Deze rapportage is te lezen door professionals van Atlas Leefomgeving, en mensen die zich bezig houden met de energietransitie en hoe deze landt bij de Nederlandse burger.

In deze rapportage leest u over hoe mensen die nadelen over, of bezig zijn met verhuizen en/of verbouwen, de energietransitie beleven. De opbrengsten van de dialogen geven inzicht in de informatiebehoefte rondom verduurzaming en de energietransitie. De inzichten vormen brandstof voor het ontwerp van de informatiepagina over de energietransitie op de website van Atlas Leefomgeving. Alle inzichten zijn gebaseerd op wat mensen ons hebben verteld.

De rapportage is als volgt opgebouwd: het eerste deel beschrijft de aanleiding, doelstelling en onderzoeks vraag van het onderzoek. Het tweede omvat deel de onderzoeksmethode- en aanpak. Het derde deel beschrijft de opbrengsten van het onderzoek, bestaande uit belevingsinzichten en aanwijzingen vanuit de burger voor succesvolle communicatie. De rapportage sluit af met een bijlage met concrete vragen van de gesprekspartners t.a.v. de energietransitie thuis en in de buurt.



## 1. De aanleiding, doel en vraag van het onderzoek

### 1.1 Aanleiding en doel van het onderzoek

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (MinlenW).

Na succesvolle onderzoeken in het afgelopen jaar blijft het programma Atlas Leefomgeving volop in ontwikkeling. Er zijn nieuwe elementen toegevoegd aan de website, waarbij er nieuwe vragen liggen. TrueTalk, specialist op het gebied van bijzondere onderzoeken en bijzondere doel-groepen, is gevraagd om te helpen met onderzoek waarbij de nadruk nu ligt op UX-testen. Zo versterkt Atlas het gebruikersgericht werken, en ontwikkelt haar diensten waarbij ze feeling houdt met de doelgroep.

Een van de ontwikkelingen waar Atlas Leefomgeving mee bezig is, is een vernieuwing van de webpagina over de energietransitie. De energietransitie is echter een breed thema met een groot aantal mogelijke onderwerpen waar Atlas Leefomgeving op in kan gaan. Om aansluiting te vinden met de burger heeft zij het doel gesteld om samen met TrueTalk onderzoek te doen naar waar de informatiebehoefte omtrent de energietransitie ligt, en zo brandstof op te halen voor de inhoudelijke vormgeving van de nieuwe webpagina.

### 1.2 De vraag van Atlas Leefomgeving aan TrueTalk:

*“Wat is de informatiebehoefte met betrekking tot de energietransitie van mensen die nadenken over, of bezig zijn met verhuizen/verbouwen?”*





## 2. Onderzoeks methode en de aanpak

Dit hoofdstuk gaat in op de keuze voor kwalitatief onderzoek en de onderzoeks methode die we voor het veldwerk hebben gebruikt. Het biedt inzicht in de aanpak van het project, en geeft het een overzicht van de spreiding in gesprekspartners die deel hebben genomen aan het onderzoek.

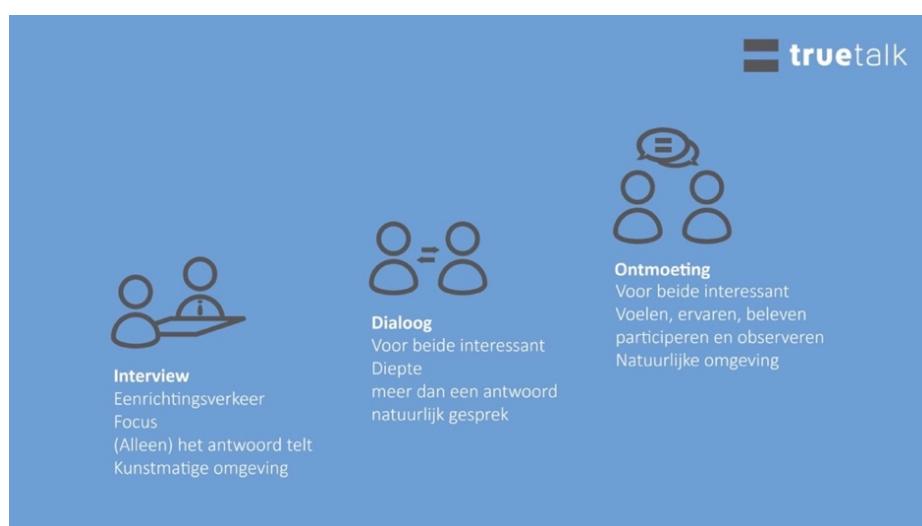
### 2.1 Onderzoeks methoden

#### 'Empathy' en kwalitatief onderzoek

De vraag van Atlas Leefomgeving was even concreet als verkennend. Bij dit soort semi-exploratieve vraagstukken is kwalitatief onderzoek tussen de mensen vrijwel altijd de aangewezen methode om te leren over de belevingswereld, behoeftes en emoties van burgers. In de wereld van Design Thinking heet dit 'Empathy'. Wij faciliteerden directe, laagdrempelige en menselijke dialogen met een open karakter, waarbij we met burgers spraken die niet eerder met onderzoek hadden meegedaan. Ook met personen die niet altijd makkelijk uit hun woorden komen en door verschillende redenen moeilijker bereikbaar zijn. Empathy en kwalitatief onderzoek gaven ons de mogelijkheid om het echte gesprek aan te gaan en hen echt te kunnen begrijpen.

#### Dialogen

Een diverse groep gesprekspartners betekent uiteenlopende verhalen, ervaringen en informatiebehoeftes. TrueTalk koos daarom voor de open dialoogvorm in plaats van strakke interviews. Kenmerkend aan interviews is dat de vragenlijst leidend is, en dat er voor de onderzoeker geen tot weinig ruimte overblijft om mee te kunnen bewegen met onderwerpen die voor de gesprekspartners belangrijk zijn. In een dialoog daarentegen, kan iedereen daadwerkelijk kwijt wat ze kwijt willen. Zo kan een natuurlijk gesprek ontstaan waarbij het echte verhaal verteld wordt. Daarnaast stelt de dialoog de onderzoeker in staat om door te vragen op wat gesprekspartners vertellen, en ontstaat de mogelijkheid om meer de diepte in te gaan.





Om structuur te geven aan de dialogen en Atlas Leefomgeving te helpen het meeste uit de gesprekken te halen, ontwikkelde TrueTalk een gespreksleidraad. De gespreksleidraad was zo opgebouwd dat natuurlijk lopende gesprekken waren verzekerd. Daarbij was het doel om de dialogen laagdrempelig te maken zodat iedereen kon meepraten. Dit betekent dat wij bij het ontwerp van de leidraad een vertaalslag maakten van de onderzoeks vraag van Atlas Leefomgeving naar een vorm die begrijpelijk is en aansluit op de spreektaal van gesprekspartners. Daarbij hielden we bij het ontwerp rekening met de mogelijkheid dat gesprekspartners moeite zouden hebben om concrete antwoorden te geven op de onderzoeks vraag. Wij speelden hierop in door voor de onderzoekers ruimte vrij te maken om mee te bewegen en zodoende toch de behoeftes naar boven te halen.

### Café Bepp op de Huishoudbeurs

Samen met Atlas Leefomgeving voerde TrueTalk haar dialogen door middel van ons agile onderzoeksconcept Café Bepp – individuele dialogen op locatie. Wij bezochten gezamenlijk de Huishoudbeurs 2025 in de RAI Amsterdam, waar wij met Café Bepp ons eigen onderzoeksfaciliteit hadden ingericht. Bij kwalitatief, embedded onderzoek is het creëren van neutraal terrein prioriteit. Daarom kent Café Bepp in de Huishoudbeurs de vorm van een bruin café met tafels die bedekt zijn door een Perzisch kleedje. Dit creëert niet alleen neutraal terrein, maar maakt deelname ook uitnodigend en laagdrempelig. Recruiters nodigen mensen in de aansluitende hal uit voor een gesprek, in ruil voor een kop koffie.

De dag startte met een briefing gesprekstechnieken voor de deelnemende professionals. TrueTalk gaf daarin uitleg over de gespreksleidraad, met tools en gesprekstechnieken voor het voeren van dialogen, en aandachtspunten voor het onderzoek. Elke dialoog werd in tweetallen gevoerd, zodat een persoon zich volledig kon focussen op de dialoog, en de ander zo nauwkeurig mogelijk kon notuleren. De dag werd afgesloten met een wrap-up waarbij we samen de eerste observaties op een rij zetten.





## 2.2 De aanpak

### Briefing en voorbereidingen

TrueTalk en Atlas Leefomgeving startten het project met een krachtige inhoudelijke briefing, waar wij samen de onderzoeksdoelstellingen, onderzoeksraag, de locatie en doelgroep bepaalden. Vervolgens organiseerde TrueTalk de logistieke zaken. Wij schreven de gespreksleidraad van het onderzoek, en organiseerden de veldwerkdag in Café Bepp op de Huishoudbeurs. TrueTalk lichtte Atlas Leefomgeving in met een uitnodiging met praktische informatie, en verzorgde alles van eten tot gesprekspartners zodat Atlas Leefomgeving zich volledig kon richten op de inhoud.

### Het veldwerk

Op maandag 24 februari 2025 deden Atlas Leefomgeving en TrueTalk onderzoek op de Huishoudbeurs in de RAI in Amsterdam. Gedurende de veldwerkdag voerden wij dialogen van 20-40 minuten met mensen van uiteenlopende achtergronden en leeftijden. De doelgroep was als volgt: mensen die nu, in de nabije toekomst of in de afgelopen twee jaar nadenken over, of bezig zijn geweest met verbouwen of verhuizen. De reden voor deze doelgroep is de aanname dat van hen redelijkerwijs verwacht kan worden dat zij behoeft te hebben aan informatie over verduurzaming.

De spreiding van N=44 gesprekspartners:

#### Spreiding leeftijd:

20-40 jaar:	N= 20
40-60 jaar:	N= 18
60+ jaar:	N= 4
Onbekend:	N= 2

#### Spreiding gender:

Vrouwen:	N= 38
Mannen:	N= 6

De gesprekspartners kwamen uit steden en dorpen in heel Nederland, waaronder: Den Haag, Deventer, Duiven, Groningen, Haarlem, Halsteren, Hazerswoude-Dorp, Huizen, Kampen, Kinderdijk, Lisse, Rotterdam, Sneek en Voorburg.

### Analyse, inzichtensessie en aanbevelingen voor het vervolg

Geheel volgens de wetten van kwalitatief marktonderzoek is 100% van de inzichten gebaseerd op wat mensen hebben gezegd en gedaan. TrueTalk heeft de notities van de dialogen geanalyseerd. Tijdens een interne inzichtensessie scherpte het team de resultaten aan en bepaalden wij samen de hoofdlijnen van de inzichten. Vervolgens zijn de definitieve inzichten tijdens de inzichtensessie op woensdag 12 maart met Atlas Leefomgeving gedeeld. Zij had de mogelijkheid deze verder te bevragen, nuanceren en aan te vullen.



### 3. De inzichten

In dit hoofdstuk worden de inzichten van het onderzoek beschreven. Deze zijn opgedeeld in (1) het overkoepelende hoofdinzicht, (2) de belevingsinzichten die het hoofdinzicht onderbouwen; en (3) feedback vanuit de burger op de tekst die hen is voorgelegd en hoe zij deze graag zou willen zien.

#### 3.1 Het hoofdinzicht

Mensen weten niet wat ze niet weten. Zij begrijpen het belang van (informatie over) de energietransitie maar hebben niet genoeg kennis van het onderwerp om een inhoudelijke informatiebehoefte te verwoorden. Er zijn te veel mogelijkheden en er is te weinig overzicht: door de bomen zien zij het bos niet meer. Hierdoor ervaren zij de wereld van de energietransitie en verduurzaming als ingewikkeld en onduidelijk.

Door het gebrek aan duidelijkheid focussen mensen zich met name op drie drempels. Zowel de kosten van verduurzaming; als mogelijke gevaren van de verduurzamingsopties; en de ontwikkelingen van verduurzamingsopties die later niet meer duurzaam blijken te zijn, zorgen voor waakzaamheid.

Ze hebben dus behoefte aan richting en consistente informatie die aansluit bij hun persoonlijke situatie. Zo willen ze weten welke informatie zij zelf nodig hebben om keuzes te kunnen maken en wat voor informatie wel of niet klopt. Zij vinden het logisch dat de overheid daarin een leidende rol op zich neemt. Hiermee lijken ze een passieve informatiebehoefte te hebben en kaatsen zij de bal terug: in plaats van zelf informatiebehoeften mee te geven, vragen ze de overheid de verantwoordelijkheid te nemen hen te informeren over de juiste en relevante kennis.





### 3.2 Belevingsinzichten

De volgende vier inzichten beschrijven elk een bepaalde informatiebehoefte. Deze behoeftes komen voort uit de drempels die mensen ervaren.

#### Mensen hebben behoefte aan richting: zij weten niet genoeg van de energietransitie om daar inhoudelijke vragen over te stellen

Ook al lezen de gesprekspartners bij start van elke dialoog een tekst met uitleg over de energietransitie, hebben zij moeite om te zeggen wat ze over het onderwerp willen weten. Zij reageren met weinig concrete voorbeelden en hebben geholpen vragen nodig om het gesprek te voeren. Ze weten niet genoeg over het onderwerp om inhoudelijk in te gaan op concrete struikelblokken. Ze zijn zoekend.

In de dialogen legden wij verschillende onderwerpen neer rondom verduurzaming van het huis of de buurt. Kenmerkend aan het gebrek aan kennis is dat van alle onderwerpen de buurtbatterij de meeste vragen oproep omdat deze het meest tot de verbeelding sprak. Ten opzichte van andere opties begrijpen mensen makkelijker wat het inhoudt en zien zij een praktische link met hun eigen context, waardoor vragen vanzelf opkomen.

Doordat zij niet genoeg weten, hebben ze behoefte aan richting. Wat is goed om te doen? Wat zijn überhaupt de opties rondom verduurzaming? Hoe kan je er als burger mee aan de slag gaan? Zo wordt bijvoorbeeld gevraagd om een overzicht van zowel duurzame als fossiele brandstoffen met plus- en minpunten, zodat zij meer grip krijgen op het onderwerp. Dit laat zien dat er wel behoefte is naar informatie en dat het onderwerp als belangrijk genoeg wordt ervaren.

Quotes:

- *"Ik vind het moeilijk om als consument iets te bedenken hiervoor. Voor mijzelf vind ik het geen nieuwe informatie. Het geeft een beetje de vibes van informatie die je leert voor een toets op de middelbare school." [Wat zou je dan willen weten?] "Wat is het? Wat zijn die fossiele brandstoffen? Wat zijn risico's hiervan? Hoe krijg je deze energie?"*
- *"Nee, ik heb me niet verdiept in wat wij hebben. Het is een klein dorp en we wonen daar bijna ons hele leven dus we kennen de buurt."*
- *"Ik zou graag een overzicht willen van alle duurzame energiebronnen en daarbij risico's en voordelen. Hoeveel keuze heb ik in energievorm?"*
- *"Hier heb je het niet zo maar over. Ik heb me er nooit in verdiept."*
- *"Ik heb nog nooit van buurtbatterijen gehoord, waterstof ook niet."*
- *"De overheid moet hele praktische voorbeelden geven. Wat is fossiele brandstof en wat gaan we met de energietransitie doen?"*
- *"Waar doe je nou goed aan? Welke vragen moet je jezelf stellen?"*
- *"Wat zijn de opties? Waarom zou je kunnen kiezen voor deze opties?"*
- *"Soms zeggen cijfers ook weer niks. We boeken nu vluchten naar Zuid-Afrika en dan staat er dat er 'zo veel kilo CO<sub>2</sub>' bij komt kijken. 'Ja', denk ik dan. 'Is dat dan veel of weinig?' Dus maak meer vergelijkingen. Dan zie je de uitstoot per vlucht, en dat is dan gelijk aan zoveel honderd kilometer met een auto rijden. Dat je een idee hebt hoeveel het is."*



### Mensen hebben behoefte aan overzicht van de financiële kosten: geld voelt nu als een drempel

De meest genoemde reden voor mensen om niet te verduurzamen is dat het te veel geld kost. O.a. thuisbatterijen en zonnepanelen zouden veel te duur zijn. Anderzijds blijkt dat als mensen wel verduurzamen, zij ook een goedkoper kostenplaatje noemen als motivatie. Verder geldt dat ook op de lange termijn, kosten hoog zouden zijn. Elektrische auto's zouden bijvoorbeeld vaak reparaties nodig hebben. Bij zonnepanelen zou je jaren in hetzelfde huis moeten wonen voor het winstgevend zou zijn.

Belangrijk hierbij is dat het financiële obstakel niet uitsluit dat mensen verduurzaming waarderen. Velen begrijpen dat het nodig is maar overwegen die stap niet meer te maken door de kosten. Vergelijkbaar waren er ook een aantal mensen die al stappen in verduurzaming hadden gezet, en zich afvroegen wat de beste optie was om hun geld in mogelijke vervolgstappen aan uit te geven. Een gesprekspartner vond bijvoorbeeld dat er veel informatie te vinden was, maar vond het moeilijk hier keuzes in te maken.

Quotes:

- *"Ik heb gekeken om het gas eraf te halen, maar dat was niet rendabel."*
- *"We zijn vooral met duurzaamheid bezig geweest toen we een huis kochten. We dachten na over hoe we ervoor konden zorgen dat het in de toekomst meer waard wordt."*
- *"Ik wil nooit geen elektrische auto. Je hebt dan hoge wegenbelasting en kapotte accu's. Dat is hartstikke duur."*
- *"Wij hebben nu trouwens een variabel energiecontract via de ANWB en we laden de auto op in de daluren en daar houden we geld aan over. Dat scheelt echt heel veel!"*
- *"Ik heb wel eens gedacht aan zonnepanelen, maar ik ben maar alleen en ik hoor van alles over die regelingen. Ik weet het niet. Ik heb geen veertig jaar meer om het af te betalen."*
- *"ik vind het wel belangrijk voor de wereld. Maar bijvoorbeeld zonnepanelen, het is allemaal zo duur."*
- *"Heel leuk deze batterijen maar die kosten heel veel geld. Hoe veilig is het om die weer af te breken?"*
- *"Ik vind het een beetje onnodig dat we van het aardgas af moeten. Sinds een jaar hebben wij zonnepanelen, en wat je terugstort moet je betalen. Je jaagt mensen heel erg op kosten."*
- *"Het [energielabel] was wel belangrijk. Je wilt zo voordelig mogelijk uitkomen want dat helpt met hypotheek. Maar het is energielabel C geworden. Je hebt allerlei wensen, maar dat lukt niet helemaal. We moeten er straks wel wat aan doen om het energielabel te verlagen. We hebben nog geen specifieke ideeën. Ja zonnepanelen, maar dat wordt weer duurder."*
- *"Thuisbatterijen zijn heel duur."*
- *"Mijn aannemer had het over isoleren. En dat kost bijna niets dus daar is bijna niet over nagedacht. Een week later was het huis geïsoleerd. Maar meer informatie van de aannemer was gewenst geweest. Het was alleen maar, 'we gaan isoleren want dat bespaart energie.'"*
- *"We hebben zonnepanelen op het dak. We huren die, want gas wordt te duur."*
- *"Ik vind elektrisch rijden niks. Geef mij maar wat lawaai. Heb er nooit over nagedacht, het is te duur voor ons."*
- *"Ons huis is wel gasloos maar ook wij hebben geen zonnepanelen omdat wij niet vinden dat het rendement oplevert. Om nou zonnepanelen te plaatsten, voordat we het eruit hebben..."*
- *"Eigenlijk word je bedonderd, iedereen moet zonnepanelen plaatsen. Dan lees je nu weer over terugleverkosten."*



## Mensen hebben behoefte aan consistente informatie: veranderende opvattingen rondom duurzaamheid wekken wantrouwen op

Mensen zien dat wat eerst wordt aangeboden als verduurzamingsoptie, later niet meer duurzaam blijkt te zijn. Hierdoor kijken zij met wantrouwen naar de mogelijkheden en nemen zij de huidige adviezen niet zomaar aan. Sommigen ervaren dat als misleiding. Waar men eerst met subsidies aan een houtkachel werd geholpen, worden ze nu voor diezelfde kachel extra belast. Zij ervaren dit als oneerlijk en frustrerend. Andere voorbeelden zijn elektrische auto's waarvan de accuproductie niet duurzaam blijkt te zijn, en de onverwachte terugleverkosten van zonnepanelen.

In andere woorden: mensen hebben behoefte aan consistente informatie. Zij zijn waakzaam geworden op duurzaamheidstrends en zoeken houvast. Hoe weten zij zeker dat de huidige adviezen over een paar jaar nog steeds zullen gelden? En hoe weten zij welke opties zij kunnen vertrouwen?

### Quotes:

- *"Ik heb zelf wel heel veel nagedacht over zonnepanelen bijvoorbeeld, maar dan hoor je weer: 'je mag het hier niet opslaan'. Eerst kreeg je er subsidie voor en daarna niet meer."*
- *"De buren hebben met subsidie een houtkachel gekocht en nu geeft dat opeens te veel CO<sub>2</sub> uitstoot. Ik denk dat Nederland te vooruitstrevend is en dat we te snel willen gaan. Dit gaat veel te snel in vergelijking met de rest van Europa. Energieneutraal in 2050, nou dat gaat echt niet gebeuren."*
- *"Verkopers aan de deur, daarvan denk ik: 'jullie doen het alleen voor jетесь.' Ik zou er op een andere manier naar luisteren als de informatie van de overheid komt."*
- *"Bijvoorbeeld de elektrische auto, die gaat kapot. Weegt dat op tegen benzine bijvoorbeeld? Niet iedere verandering is een verbetering. En windmolens, wat is het effect op het zeeleven of op vogels? Zijn die wel goed voor het milieu?"*
- *"Dan is dit weer goed en dan weer dat. Het is goed om duidelijk te maken dat het een lopend proces is. Wij hebben verbouwd een jaar geleden, het is een huis uit 1950. Nu staat het vocht op de ramen, dus moeten we nu weer ventileren en dus weer harder stoken? Wanneer doe je het nou goed? We hadden roosters moeten hebben, dat wordt er niet bij verteld. Zulke bedrijven hebben een verdienmodel."*
- *"Het is leuk de energietransitie maar ze moeten het wel aankunnen. Daar bedoel ik mee: de zonnepanelen, dan heb je ze liggen en dan moet je een boete betalen. Ik heb ook zonnepanelen, die zijn al lang afbetaald daar niet van. Ik ben toentertijd een C1'tje gaan rijden. Daar hoeft je geen wegenbelasting voor te betalen maar een half jaar later wel. Het voelt alsof je er wordt ingeluisd. Zeven jaar terug was ik de enige met zonnepanelen, maar nu heb je het gevoel dat je wordt afgestraft met die terugleverkosten. Dan probeer ik duurzaam te zijn en mijn steentje bij te dragen, en nu word je erop afgestraft."*
- *"Ik vraag me dus wel echt af: is de elektrische auto nou echt zo veel beter voor het milieu?"*



### Mensen hebben behoefte aan informatie over de gevaren: zij zijn waakzaam voor de risico's

Veel mensen slaan aan op de mogelijke gevaren die bij verduurzaming komen kijken. Denk aan brandgevaar bij de buurtbatterijen, accu's en waterstof. Op een vergelijkbare manier slaan mensen aan op de gevaren voor hun gezondheid wanneer ze praten over schadelijke energiebronnen. Zij maken zich zorgen om vervuiling van lokale fabrieken en wat dit voor hen betekent.

Mensen willen begrijpen wat daadwerkelijk gevaarlijk is, en wat niet. Hoe kunnen verschillende verduurzamingsopties hun veiligheid beïnvloeden en hoe verschilt dit met de huidige context? Maar ook heel praktisch: waar moeten zij rekening mee houden wanneer ze verduurzamen?

Als de risico's meevallen en voorzieningen op een veilige afstand worden geplaatst, vinden zij het echter geen probleem dat deze er komen. Het is vooral de onwetendheid die knaagt.

Quotes:

- "En al die batterijen. Lithium is gevaarlijk. Ik wil ook geen zonnepanelen, want die zijn ook brandgevaarlijk."
- "Waar ik mij wel zorgen over maak is de chemische fabriek in de buurt en of dat nou echt leidt tot meer kankergevallen. Dus daar ben ik wel benieuwd naar het kankeronderzoek over die fabrieken. En gevaren anders dan de fabriek ben ik niet echt mee bezig. Alleen als bijv. die buurtbatterij recht voor mijn deur in mijn mooie uitzicht komt, dan zou ik het wel willen weten."
- "Je hoort ook zoveel dingen, net als die elektriciteit die dan gaat branden. Je kan ook batterijen in je huis neerzetten, maar als er dan wat gebeurt zoals brand, dan heb je een probleem. Dus niet alleen leuke informatie maar ook minder leuke informatie over de branden is belangrijk. Ik snap dat het beter is voor het milieu."
- "Ik woonde aan de Botlek, we hebben binnen gezeten met een zwavelvergiftiging. We woonden naast de Shell."
- "Heel leuk deze batterijen maar die kosten heel veel geld, hoe veilig is het dan om die weer af te breken?"
- "Ik zou het wel fijn vinden om te weten wat de kans is dat dit ontploft. Ik woon bijvoorbeeld naast een tankstation, ik vraag het me nu echt wel af."
- "Ik vind het milieuvervuiling. ik vind dat niet mooi. ik weet wel dat ze datacenters gebruiken met oude accu's, maar de capaciteit wordt minder en accu's kunnen ook zelf ontbranden. Dat vind ik niet veilig. Bij ons bij de sloop vliegen ze ook vaak in brand."
- "Ohja, je hebt ketels die op waterstof kunnen. Ja.. Als die maar kan branden, dan maakt het niet zoveel uit. Waterstof is wel gevaarlijk geloof ik. Er komt heel veel druk vrij bij de opslag."
- "Volgens mij wordt er een buurtbatterij bij ons in de buurt geplaatst. Dan denk ik, dat hoeft ik niet bij mij in de buurt te hebben. Ook windmolens, dat hoeft bij mij niet in een woonwijk. Je krijgt er slagschaduw van, en deeltjes die toch kunnen uitwaaien. Dat hoeft bij mij niet in de achtertuin, dat is wat ik erover denk."
- "Ik mis de informatie van de kerncentrales. Ik ben zelf een beetje bang voor nog een Tsjernobyl."



### 3.3 Feedback op de tekst

Naast de belevingsinzichten hebben de gesprekspartners ook feedback gegeven op de tekst die hen werd voorgelegd aan het begin van de dialoog. Hieronder staan drie punten van feedback beschreven.

#### Het taalgebruik van de tekst is begrijpelijk

Vrijwel niemand geeft aan moeite te hebben met de begrijpelijkheid van de tekst. Zij lezen de tekst gemakkelijk door. Zij stellen geen hulpvragen om het beter te begrijpen, maar reageren gelijk op de inhoud. Het taalgebruik sluit goed aan op de doelgroep en heeft geen verdere aanscherping nodig.

Quotes:

- *"Soms gebruiken ze zulke termen op websites dat je Google ervoor nodig hebt. Begrijpelijke termen zijn nodig voor mensen die minder technisch zijn. In deze tekst zie ik niets dat stoort."*
- *"Oké, leuk en interessant onderwerp."*
- *"Deze info is voor iedereen. Voor bewoners in een buurt maar het is ook voor je algemene kennis."*
- *"Ik vind het op zich wel duidelijk."*





### Het is onduidelijk waar de tekst heen gaat

Mensen die verduurzamingsgezind zijn, zijn zoekend naar de doelstelling van de tekst. Zij vinden de tekst weliswaar begrijpelijk, maar vinden de doelstelling niet duidelijk. Zij zoeken een verbinding met de volgende praktische stappen. Wetende wat de energietransitie is, wat moeten zij er dan mee? Welke concrete acties kunnen zij ondernemen? Waar begin je en hoe ziet het proces eruit? Denk aan meer informatie over specifieke vormen van verduurzaming, een overzicht van de verschillen tussen energiebronnen en praktische stappenplannen die aansluiten op hun situatie.

Quotes:

- *"Ik mis een beetje de link. Ik snap dat duurzame energie belangrijk is, maar ik mis de link met wat nieuwe energiebronnen zijn. Misschien een lijstje met fossiele energiebronnen, nieuwe energiebronnen en nieuwe duurzame energiebronnen. Maar ook weer niet te veel want dan wordt het weer te moeilijk. Ik wil wat meer context. Zoals met waterstof, water raakt toch ook op?"*
- *"Het is prettig dat het kort en krachtige informatie is. Het is erg basaal, opgebouwd in informatie die ik wel ken en daarna in op de diepgang. Dat vind ik fijn. Het is duidelijke informatie. Fijn ook dat er voorbeelden zijn, dat maakt het tastbaar."*
- *"Ik vraag mij af waar deze informatie eigenlijk naar toeging, dus dat we gaan kijken naar de alternatieven? Wat wil je met deze informatie? Dat vind ik onduidelijk. Wil jij mij overtuigen of informeren of iets anders?"*
- *"Ik vind het moeilijk om als consument iets te bedenken hiervoor. Voor mijzelf vind ik het geen nieuwe informatie. Het geeft een beetje de vibes van informatie die je leert voor een toets op de middelbare school." [Wat zou je dan willen weten?] "Wat is het? Wat zijn die fossiele brandstoffen? Wat zijn risico's hiervan? Hoe krijg je deze energie."*
- *"Ik denk dat als ik er meer over zou willen weten, dat de tekst dan wel heel kort is. Waar en op welke manier kunnen we er voor zorgen? Ik zou meer over het waarom en de veilige manier willen weten. Welke stappen gaan we nu nemen om daar te komen?"*
- *"Liever meer informatie gericht op de persoon zelf, het is nu abstract. Hoe is het voor jou als persoon beter in plaats van dat er staat waarom het voor het milieu beter is. Ik zou het fijn vinden als het bijvoorbeeld vriendelijk is voor je portemonnee of dat het beter is voor mijn leefkwaliteit."*



### Het helpt om de inhoud visueel te maken

Om de tekst interessanter en begrijpelijk te maken, en ervoor te zorgen dat mensen aandachtig naar de inhoud kijken, zou het voor veel mensen helpen om de informatie visueel te maken. Dit biedt meer context, maakt de inhoud duidelijk, en helpt met het verduidelijken van de praktische stappen van verduurzaming.

Mensen geven voorbeelden voor de website zoals het toevoegen van plaatjes, en zeggen dat het nuttig zou zijn om filmpjes te maken en deze via social media te verspreiden.

Quotes:

- *"Ik denk dat filmpjes beter werken dan tekst in deze huidige tijd. Visueel werkt beter om straight to the point naar duidelijke informatie te gaan."*
- *"Op een website zou ik het visueler maken."*
- *"Het moet met plaatjes. Mensen die het zoeken, willen wel lezen. Maar mensen moeten het ervaren. Denk aan een game of een escape room."*
- *"Op een website zie je dan ook foto's, dat helpt wel meer. Op een website verwacht ik dan groene kleuren. Ik weet niet of ik filmpjes zou kijken. Misschien juist wel iets met grote windmolens omdat je dan denkt 'daar wil ik meer over weten.'"*
- *"De korte animatiefilmpjes zijn wel de visuele tool. Het is kort en krachtig en dat is fijn."*
- *"Op een mobiel hoeft het geen kort filmpje te zijn. Maar zonder moeilijke termen. Na tien, vijftien minuten wordt het langdradig."*
- *"Misschien moet het wel aantrekkelijker met meer plaatjes. Ik ben een beelddenker. Het moet aantrekkelijker worden gemaakt voor mij om de tekst vast te houden. Het is dat ik nu bij jullie zit maar anders had ik het niet gelezen."*
- *"Een video kan, maar lezen is ook nuttig. Het ligt er per persoon aan. Instagram, reclame op Instagram, dat heeft iedereen en dan ben je al bezig met visuele dingen."*
- *"ik vind het zelf leuk om video's te kijken. Ik ben zelf beeldgericht. dus als je bijvoorbeeld iets ziet, iets doet, dan geeft het een voorbeeld. Als je visueel kan laten zien hoe iemand het doet, bijvoorbeeld een nieuwe manier, dat je het leuk maakt om geld te besparen."*





## Over TrueTalk

TrueTalk helpt organisaties met onderzoek en dialoog. Ons wapen? Het echte gesprek. Zie [www.truetalk.nl](http://www.truetalk.nl).

We werken in vier pijlers:

1. Het agile onderzoeksconcept Café Bepp wordt ingezet om samen doelgroepen te ontdekken, concepten te toetsen en producten aan te scherpen. Café Bepp opent het liefst op plekken waar de doelgroep in zijn/haar natuurlijke gedrag is. Hoe puurder hoe beter. Daarmee is Café Bepp een passende onderzoekstool om op alle momenten binnen het innovatie- en marketingtraject.
2. We bouwen onderzoekslabs om structureel inzichten op te doen. Denk aan het opzetten van programma's en het trainen van vaardigheden. TrueTalk helpt organisaties zoals KPN en A.Vogel in het (uit-)bouwen van een eigen kracht.
3. We versterken de mensgerichte cultuur. Want alle moderne tools ten spijt, een dialoog is de beste manier om aan klantgerichte cultuur te werken. We praten niet over, maar met mensen.
4. TrueTalk helpt in de samenwerking tussen stakeholders. Wij scheiden de belangen van de stellingen door te onderzoeken en te luisteren. Vervolgens werken wij met alle partijen naar oplossingen. We betrekken iedereen, ook mensen die minder zichtbaar zijn.

TrueTalk werkt voor corporates en startups, marketing- en innovatieteams. Denk aan het Ministerie van Algemene Zaken, KPN, het Ministerie van Sociale Zaken en ABN Amro. We gaan samen met teams in gesprek en faciliteren ontmoetingen met alle rangen en standen, van ondernemers tot inclusieve doelgroepen.

Neem voor meer informatie contact op met Bart van de Ven via 06-46717101 of [bart.vandeven@truetalk.nl](mailto:bart.vandeven@truetalk.nl). Of kijk op [www.truetalk.nl](http://www.truetalk.nl).

### Het Team

Bart van de Ven	consultant, eigenaar TrueTalk	06-46717101
Rebecca Streng	consultant	06-33592258
Huayro Pootjes	consultant	06-23018588

### TrueTalk B.V.

Piet Heinkade 55  
1019 GM Amsterdam  
BTW: NL857337543B01  
KvK: 68188226  
IBAN: NL83RABO0150033893 [facturen@truetalk.nl](mailto:facturen@truetalk.nl)



## Bijlage: Informatiebehoefte

Deze bijlage omvat concrete vragen die de gesprekspartners in de dialogen van dit onderzoek gesteld hebben. Deze zijn opgedeeld in vragen omtrent de verduurzaming van het huis; en vragen omtrent de verduurzaming van de buurt.

### Informatiebehoefte ten aanzien van het huis

- *"Hoe moet je verduurzamen?"*
- *"Moet ik aan de gang met de isolatie of de warmtepomp?"*
- *"Waar kan je batterijen inleveren? En waar kan je een accu weggooien?"*
- *"Maakt het uit hoe oud mijn huis is voor zonnepanelen? En vloerverwarming?"*
- *"Wat is de beste optie qua verwarming en airco? Wij denken aan vloerverwarming en een palletkachel."*
- *"Lithiumbatterijen, die zitten toch ook in fietsen?"*
- *"Wat is goed om te doen? Welke vraag moet je jezelf stellen om het goed te doen?"*
- *"Waar plaats je thuisaccu's? Bij ons kwam het in de hal door de leidingen."*
- *"Je moet wel van die brandstoffen af, voor het milieu. Zijn we daar niet al te laat mee?"*
- *"Kan er meer informatie komen over de regelingen per verwarmingsoptie? Welke subsidies er zijn en wat ik kan doen."*
- *"Ik zou wel willen weten of het moeilijker is om zonnepanelen te blussen als je die op je woning hebt."*
- *"Hoe kan ik hier beter van worden? Hoe kunnen we geld besparen?"*
- *"Bijvoorbeeld de elektrische auto, die gaat kapot. Weegt dat op tegen benzine bijvoorbeeld? Niet iedere verandering is een verbetering. En windmolens, wat is het effect op het zeeleven of op vogels? Zijn die wel goed voor het milieu?"*
- *"Geef uitgebreidere informatie over de context van gas."*
- *"Er is te veel onduidelijkheid over wat goed en niet goed is. Van het aardgas afgaan is goed, maar kerncentrales zijn ook gevaarlijk. Waarom doen we dat niet? Wat zijn de risico's?"*



- "Bij gas kan je de gaskraan dichtdraaien, kan dat ook bij waterstof?"
- "Ik vraag me dus wel echt af: is de elektrische auto nou echt zo veel beter voor het milieu?"
- "De overheid moet hele praktische voorbeelden geven. Wat is fossiele brandstof en wat gaan we met de energietransitie doen?"
- "Ja ik vraag me ook af met die elektrische auto's waar de accu's uiteindelijk naartoe gaan. Maar ik denk ook dat ik het niet wil weten."
- "Wat is het meest gunstig qua energie?"
- "Ik vind het lastig om uit te zoeken waar je nou subsidie voor krijgt. Soms is het zo duur en ingewikkeld, dat het het eigenlijk niet meer waard is om zoiets te doen."
- "Ik zou graag een overzicht willen van alle duurzame energiebronnen en daarbij risico's en voordelen. Hoeveel keuze heb ik in energievorm?"
- "Sommige mensen denken dat als je onder zonnepanelen slaapt dat je straling krijgt, terwijl daar geen wetenschappelijk onderzoek voor is. Ik zou die feitelijke informatie rondom de veiligheid van deze ontwikkelingen willen weten."

#### Informatiebehoefte ten aanzien van de buurt

- "Als ik naar woningen kijk, kijk ik altijd op Google naar wat er is. Tankstations, snelwegen, fabrieken en ov bijvoorbeeld."
- "Buurtbatterijen en waterstof zijn me onbekend. En hoe doen we het dan met de CO<sub>2</sub>-uitstoot?"
- "Ik heb wel ervaring met van die batterijen, en ik weet dat als je batterijen gebruikt het grootste risico is dat als je het laat vallen, je dan een imbalans krijgt. Dus bij buurtbatterijen moet je kijken naar welke kant de wind opstaat."
- "Wat gebeurt er met een buurtbatterij als er bliksem inslaat?"
- "Ja ik wil wel wat weten over de risico's van de buurtbatterij. Maar ook van die elektriciteitshuisjes."
- "Ik zou informatie over de buurt heel belangrijk vinden, toch voor je gevoel van veiligheid. Ik weet niet veel van waterstof. Wordt dat niet in Frankrijk gebruikt in energiecentrales? En ammoniak vervoeren, ja dat zou ik toch wel eng vinden."



- "Windmolens hebben slagschaduw, en volgens mij komt daar plastic vanaf of iets anders. Is dat schadelijk? Wat doet dat?"
- "Stadswarmte, kan je dat weigeren? Wat zijn de risico's?"
- "Hoe moet je zo'n buurtbatterij veilig maken en houden? Daar staan zo veel vraagtekens omheen dat het voor heel veel mensen moeilijk is om te bedenken van 'laten we die kant op gaan.'"
- "Met waterstof zijn ze al best ver en ik vind dat een mooie optie om mee door te gaan in de toekomst. Ik zou willen dat de overheid meer daadkracht daarin toont."
- "Wat gaat het me brengen? Een zeecontainer midden op een grasveld, wat levert mij dat op als huishouden?"
- "Ik mis informatie van de impact als we het niet doen. Wat is de impact als we het niet doen, voor jou en je buurt?"
- "En waterstof? Kunnen auto's op waterstof?"
- "Ik zou het wel fijn vinden om te weten wat de kans is dat dit ontploft. Ik woon bijvoorbeeld naast een tankstation, ik vraag het me nu echt wel af."
- "Wat zijn de opties? Waarom zou je kunnen kiezen voor deze opties? Ik mis de informaties van de kerncentrales. Ik ben zelf nog een beetje bang voor Tsjernobyl."
- "Welke stappen moeten we zetten om te verduurzamen?"
- "Ik zou het prettig vinden als gemeenten vanuit zichzelf deelden waarom ze bepaalde dingen doen of wat zij doen voor deze energietransitie. Ik vraag me ook soms af, waarom hebben de meeste overheidsgebouwen geen zonnepanelen?."
- "Dat hele CO<sub>2</sub> gebeuren is nattevingerwerk. Waarom moet dit kleine kutlandje alles oplossen?"
- "Heel leuk deze batterijen maar die kosten heel veel geld, hoe veilig is het dan om die weer af te breken?"
- "Ik wil meer weten over windmolens en zonnepanelen. Zonnepanelen is voor iedereen makkelijk. Deze informatie is meer ver van je bed."
- "Het is fijn om te weten als je naast een risico-object woont."
- "Buurtbatterijen, staan die in de buurt of verderop?"