

## **Beleidsamenvatting CODALoop (2016-2019)**

Gefinancierd door Gefinancierd door JPI Urban Europe (call ERA-NET Cofund Smart Urban Futures) | VerDuS SURF

Pagina op de VerDuS-Website: <https://www.verdus.nl/project/codaloop/>

Project website: <https://jpi-urbaneurope.eu/project/codaloop/>

De Nederlandse onderzoekers in dit project waren:

prof. dr. ir. Luca Bertolini, Federico Savini PhD en Karin Pfeffer PhD (Universiteit van Amsterdam)

Alessandro Bozzon PhD en Stefano Bocconi PhD (Technische Universiteit Delft)

CODALoop had tot doel mensen in huishoudens tot energiezuiniger gedrag aan te zetten door feedback op hun energiegebruik te geven via een web-based platform en face-to-face activiteiten met de inzet van verschillende soorten data. De aanpak ondersteunt zowel het leren door individuen als door gemeenschappen en zal aanzetten geven tot verder energiebesparingsbeleid.

Het onderzoek leverde de volgende inzichten en beleidsaanbevelingen op:

### **Inzicht 1: Sociale acceptatie (Draagvlak)**

Binnen de huidige beleidsbenaderingen van energie-efficiëntie wordt de nadruk gelegd op technologische interventies van bovenaf. Deze maatregelen zijn ingegeven door de overtuiging dat grootschalige ingrepen in zowel productie- als consumptiesystemen in een sneller tempo tot hogere kosten-batenverhoudingen kunnen leiden. Toch botsen deze interventies vaak met de uitdaging van 'sociale acceptatie' oftewel draagvlak, en worden ze vaak het doelwit van zowel algemene onvrede als industrieel conservatisme. Het resultaat van het onderzoek in het kader van CODALoop toont aan dat individuen niet primair noch exclusief worden gedreven door economische en monetaire overwegingen. De veranderende patronen van hun energieverbruik worden ook veroorzaakt door processen van groepsimmitatie en identiteitsopbouw.

### **Relevantie voor beleid**

We adviseren om directer en meer uitvoerig in te gaan op contextgevoelige sociale interventies gericht op emotionele mobilisatie, voortbouwend op bestaande lokale initiatieven op het gebied van energieverbruiksreductie. Meer nog dan rationele argumenten spelen emoties een cruciale rol bij het veranderen van gedrag en moeten ze op een context-specifieke manier worden aangepakt. Voorbeelden hiervan zijn gerichte campagnes en reclame, maar ook initiatieven die specifiek gericht zijn op het opschalen van

positieve voorbeelden van initiatieven waarmee expliciet is geprobeerd om een gemeenschap te vormen rond het doel van leefstijlverandering. Feiten en cijfers kunnen weliswaar een rol spelen in dit proces, maar 'ze hebben een gezicht nodig', dat wil zeggen dat ze moeten worden ingebed in zachtere, emotionele strategieën en interpersoonlijke relaties.

### **Inzicht 2: milieudoelstellingen**

De energietransitie is een complex en veelzijdig proces dat tegenwoordig veelal op sectorgewijze manier wordt benaderd (CO<sub>2</sub>, biomassa, bouwsector, mobiliteitsinfrastructuur etc.). Vanwege deze complexiteit wordt het vaak vertaald in termen van meetbare emissiereducties, zoals CO<sub>2</sub> (wat noodzakelijk is voor allerlei maatregelen waaronder emissiecompensatie). Zowel energie als CO<sub>2</sub> blijven voor de meeste mensen echter abstracte begrippen. Individuen identificeren zich niet zo snel met de urgentie om emissies te verminderen of om van fossiele energiebronnen over te schakelen op hernieuwbare energiebronnen.

#### **Relevantie voor beleid**

Om burgers te mobiliseren rondom energiekwesties, moeten abstracte kwesties van CO<sub>2</sub>-reductie gekoppeld worden aan meer concrete zorgen, zoals geldbesparing, persoonlijke fysieke en mentale gezondheid, de kwaliteit van de openbare ruimte en van gemeenschapsbanden in hun woonwijken, dan wel het toekomstige welzijn van hun eigen kinderen en kleinkinderen (en misschien zelfs anderen die verder van ze af staan). Communicatie- en voorlichtingscampagnes zich moeten richten op tastbare leefstijlkwesties in plaats van abstracte maatregelen om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Het gaat hierbij om toegespitste communicatie op kleine schaal over de voordelen van duurzaam leven, minder consumeren, het vereenvoudigen van levensstijlen en het verminderen van de energiebehoefte, met daarbij de focus op gezondheid, gemeenschapsgevoel, sociaal kapitaal, kennis, zelforganisatie, onafhankelijkheid en plezier.

### **Inzicht 3: opleiding en motivaties**

Hoewel de bezorgdheid over het klimaat binnen de publieke opinie toeneemt, staat dit in de meeste contexten nog in de kinderschoenen. De motivatie om de energievraag te terug te brengen is niet vanzelfsprekend en moet actief worden aangemoedigd, en wel in de eerste plaats op lokaal niveau.

#### **Relevantie voor beleid**

In dit verband lijken onderwijscampagnes ter bevordering van een duurzame levensstijl op scholen, woonblokken en wijken cruciaal. Bewustmakingscampagnes voor volwassenen, gebaseerd op

gezondheidsproblemen en leefstijlqualiteit (zie inzicht 2), zijn eveneens belangrijk. Dit vereist gecoördineerde actie van onderwijsinstellingen, overheidsinstanties en verenigingen van de eco-sociale sector die actief zijn in steden.

#### **Inzicht 4: van wereldwijde uitdagingen tot lokale praktijken**

De huidige vorming van klimaatbeleid lijdt aan een grote kloof tussen internationaal en nationaal sectorbeleid, stedelijke en regionale implementatiestrategieën en de ruimtes voor interactie met de gemeenschap (zoals de buurt, de school of het wijkcentrum).

##### **Relevantie voor beleid**

Het is noodzakelijk om mondiale uitdagingen te verbinden met lokale levensstijlen door middel van intermediaire sociale projecten en sociale coöperaties. Voorbeelden lopen uiteen van buurtvoorzieningen tot energiecoaches en educatieve activiteiten voor kinderen.

'Duurzaamheidsteams' zouden kunnen worden samengesteld om verandering ter plekke in gemeenschappen en buurten mogelijk te maken en om burgers op een directe en begrijpelijke manier toegang te verschaffen tot het regionale en nationale klimaatbeleid. Zulke teams zouden de burger proactief kunnen wijzen op de potentiële voordelen van het terugdringen van de energievraag, maar misschien nog belangrijker: zij kunnen burgers op concrete kansen wijzen om op te treden en hen begeleiden bij de praktische stappen van het implementatieproces. Er is meer behoefte aan teams dan aan individuen om ze hierbij te helpen, aangezien één persoon of begeleider niet genoeg is en omdat er meerdere vraagstukken en sectoren aan elkaar moeten worden gekoppeld (waaronder energie, wonen, de detailhandel, vervoer en openbare ruimte).

#### **Inzicht 5: Infrastructuren en subsidies**

Een essentiële voorwaarde voor gedragsverandering is dat er meerdere gedragsopties beschikbaar zijn. Dit is echter lang niet altijd het geval, zeker niet in laat-industrialiserende en verstedelijkende contexten, zoals ons project in Turkije liet zien. In deze contexten zijn ook beleidsmaatregelen en investeringen nodig om verschillende gedragsopties te formuleren, zoals subsidies voor de isolatie van gebouwen of de ontwikkeling van energie-efficiënte vervoersalternatieven (zoals openbaar vervoer en fietspaden). Deze conclusie is ook van toepassing op andere landen.

##### **Relevantie voor beleid**

Er moet in iedere buurt een minimaal niveau van infrastructuur worden geboden, inclusief basale sanitaire voorzieningen, elektriciteitsvoorziening, alternatieve vervoerswijzen, infrastructuur voor langzame mobiliteit, veilige openbare ruimte en dergelijke. In veel West-Europese contexten is dit op een minimale

infrastructuurniveau echter vaak reeds aanwezig. In zulke gevallen moeten middelen dan ook worden verschoven van efficiëntiedoelstellingen naar 'fatsoensdoelen': subsidies kunnen in dat geval worden omgeleid van het 'vergroenen' infrastructuur naar het ontwikkelen van 'alternatieve' levensstijlen en uiteindelijk *afstoten* van energieverbruikende infrastructuur.

### **Inzicht 6: Experimenten en vooronderzoek**

Experimentele beleidsvorming is één van de belangrijkste instrumenten die wordt ingezet om nieuwe manieren te verkennen teneinde milieudoelstellingen aan te pakken. Dit geldt in het bijzonder voor interventies ter bevordering van een circulaire economie, gezamenlijk wonen, gedeelde mobiliteit, off-grid huisvesting, energiecoöperaties en dergelijke. Beleidsmakers moeten bij zulke experimentele projecten de rol vervullen van een actieve en gelijkwaardige partner bij een actieonderzoek gericht op het bieden van informatie voor de beleidsvorming. Een model waarbij beleidsmakers alleen de input leveren (in termen van de aan te pakken issues) en output krijgen (kennis die ze kunnen toepassen) is niet toereikend.

#### ***Relevantie voor beleid***

De voortdurende en langdurige betrokkenheid van beleidsmakers - en hun onderzoeksbureaus - is nodig om nieuwe bevindingen voortdurend te verbinden aan mogelijke beleidsopties en om deze tegenover de kansen en beperkingen in de beleidsomgeving te zetten die niet zichtbaar zijn voor academische onderzoekers. Dit geldt met name voor de vooronderzoeksfasen van zulke experimentele projecten. Voortdurende confrontatie met nieuwe bevindingen helpt bovendien om een reflectieve houding bij beleidsmakers te kweken.

### **Inzicht 7: Digitale tools**

Digitale platforms kunnen een toegevoegde waarde hebben bij het gemeenschapsonderwijs over energiegerelateerd gedrag, maar de specifieke kenmerken, de specifieke doelen van het gebruik ervan binnen het beleidsproces en de plek die deze instrumenten hebben binnen de relatie beleid-burger zijn daarbij cruciaal.

#### ***Relevantie voor beleid***

Dergelijke platforms mogen niet van bovenaf worden opgelegd, maar moeten voortbouwen op wat er al is. Dat geldt voor zowel bestaande gemeenschappen als bestaande manieren om binnen deze gemeenschappen met elkaar te communiceren. Online-interactie mag overigens geen vervanging zijn, maar een aanvulling op persoonlijke interacties. Persoonlijke interacties blijven essentieel om vertrouwen op te bouwen en te behouden. Zonder dat laatste zal er geen sprake zijn van een echte uitwisseling van ervaringen en overtuigingen, en

dus van een begrip van de diepere drijfveren en barrières van veranderingen in leefstijl. Persoonlijke interactie is bovendien essentieel voor de onvoorspelbare en vaak rommelige dynamiek van sociale interactie, die een essentiële voorwaarde vormt voor het genereren van nieuwe, transformatieve ideeën.