

Profileren op basis van waarden

Nederlanders op weg naar een
duurzamere samenleving

motivaction
insights and strategy

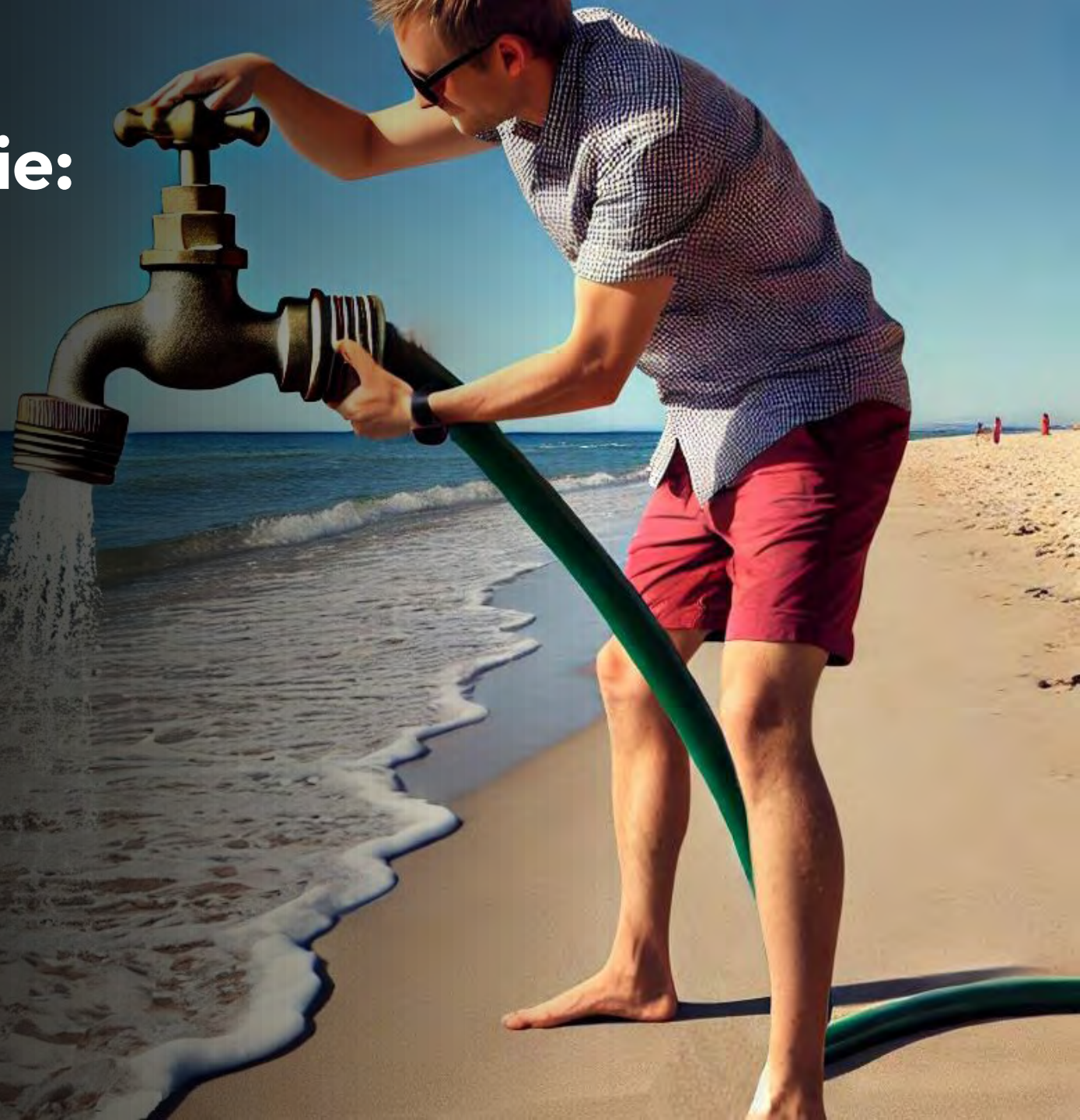
Doel van deze presentatie:

U kennis laten maken met:

- Doelgroepen vanuit waardepatronen:
 - Mentality & Vijf Tinten Groener (VTG)
- Gebiedsanalyse
- VTG communicatie en participatie
- Duurzame gedragsbeïnvloeding

Met als oogmerk:

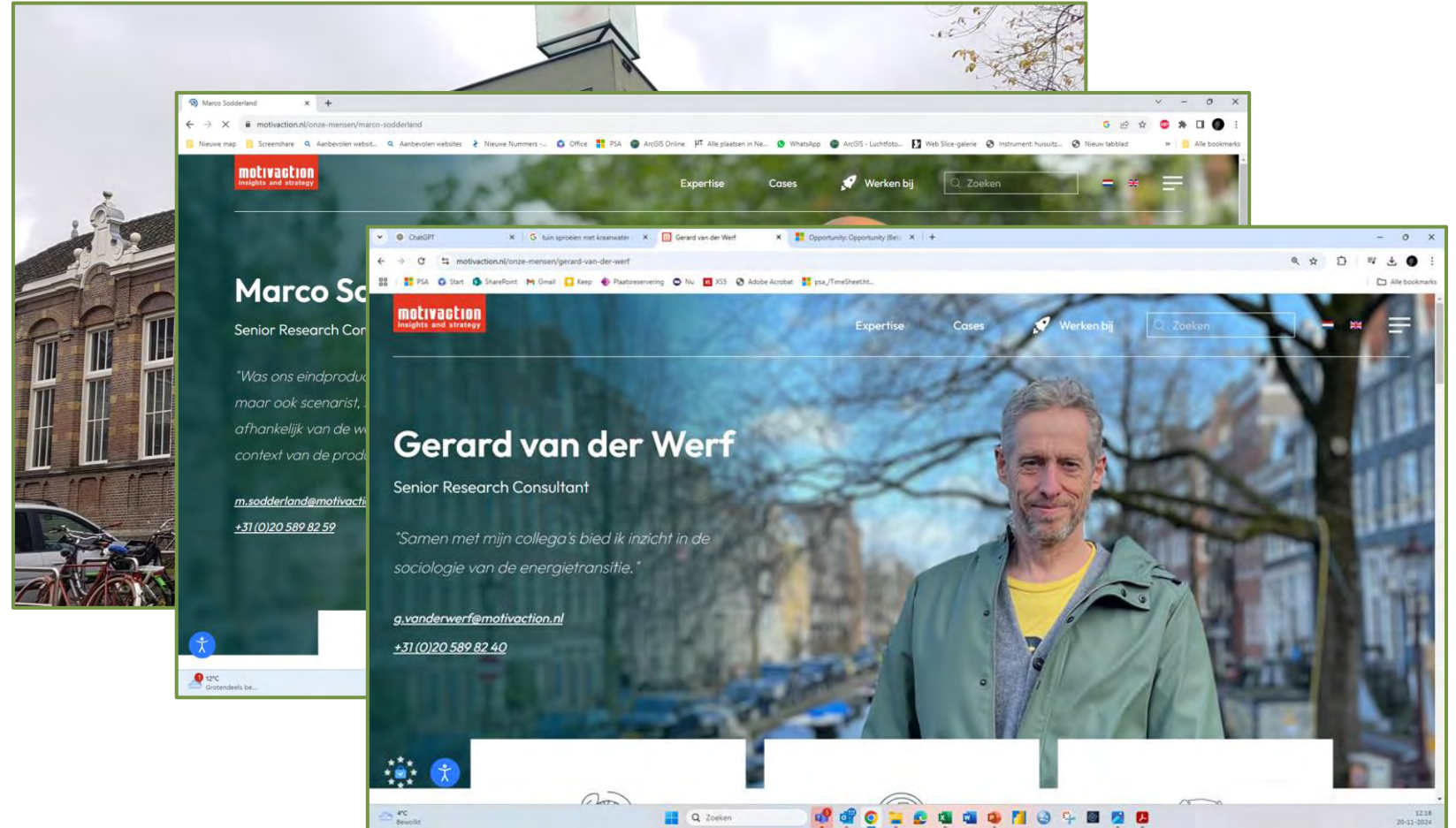
- Praktisch inzicht geven in manieren om gedragsveranderingen te realiseren, die nodig zijn voor transitie: **Duurzaam Doen!**



Wie zijn wij en wat gaan we doen?

- Motivaction
- Marco Sodderland
- Gerard van der Werf

We gaan iets vertellen over
het profileren van mensen
aan de hand van waarden



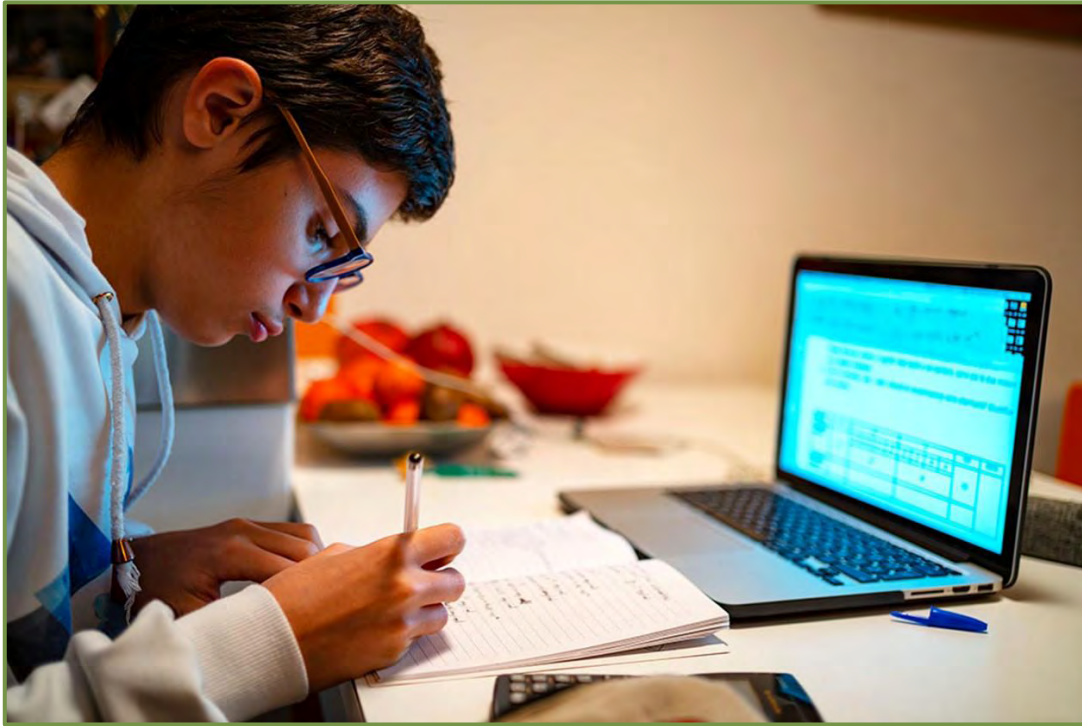
Kent u dit?



En wat zegt u dan?



Met als doel...



en/of...



én...



Lijkt wel wat op dit...



En wat zegt u dan?

Doe mee, doe duurzaam!

Hoe draagt u uw steentje bij aan de rem op de klimaatverandering?

Zonde van de zonnestrallen!

Meer groen in de tuin zorgt voor een fijner leefklimaat.

De prijzen voor 'grijze' stroom blijven stijgen, tijd voor verandering?

Streef, net als uw burens, naar een beter energielabel!

Aanbod: u gaat 's ochtends naar uw werk en heeft 's avonds zonnepanelen op 't dak!

Stap nu nog voordelig in, straks kan het niet meer.



Met als doel:



en/of...



én...



Dus: 'zelfde' doel...

...maar: andere doelgroepen. Andere typen mensen.



'je kind'



'de Nederlander'

Wat u ook wilt vertellen, welke boodschap u ook heeft...



...iedereen percipieert 't op haar of zijn eigen manier!

Communicatie is vaak het grootste probleem van de oplossing...

Hoe bereikt u nou die verschillende Nederlanders?



DUURZAAM DOEN!
Hoe verandert gedrag bij jezelf en de ander?

KNW NAJAARSCONGRES i.s.m. Vewin en Unie van Waterschappen
vrijdag 22 november 2024 – de Metakathedraal, Utrecht



Revisie
HomeWizard Watermeter
Geld besparen op je waterrekening

HELLO SMARTHOME

KNW
koppelkansen

Voor klimaatadaptatie, duurzaamheid en energieefficiëntie

www.waterschaps.nl

drinkwater in 2024
Wat betaalt u voor 100.000 liter (100 m³)?

Vernieuwingskosten	€ 103,55
Belasting op Leidingwater	€ 45,78
Vastrecht	€ 55,05
Totaal per jaar voor 2024	€ 204,38

Wat verbruikt een gemiddeld huishouden per jaar?

Wat betaalt u voor drinkwater in 2024? Bereken het online en pas zo nodig gelijk uw terrijnd bedrag aan.

hergebruik van WATER

Water in de keuken

14% van het totaalverbruik

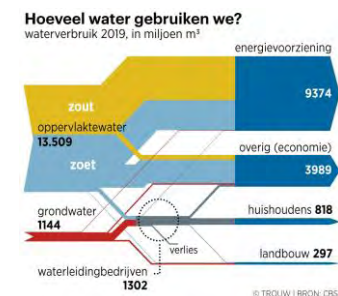
6L per minuut als de kraan openstaat

Water in de badkamer

50L voor elke 5 minuten onder de douche

8000L verspilt een oude WC op jaarbasis

lekkende kranen kosten water als geld



nu.nl



LAND WATER

DELTADE BRANCH SURFEREN MOEGEN IN KANAL

10/24
11 november 2024
17:00 uur

Jan Braken
Woningen in een hoog risicogebied niet meer te verzekeren

Waarom? Wat zijn de risico's? Hoe te voorkomen?

BESPAAR WATER IN DE TUIN

ECHT SCOREN DOE JE MET DE WATERBESPAARCHECK



Voorkom waterverspilling in de wc

Waterschapsverkiezingen

Lijst 6

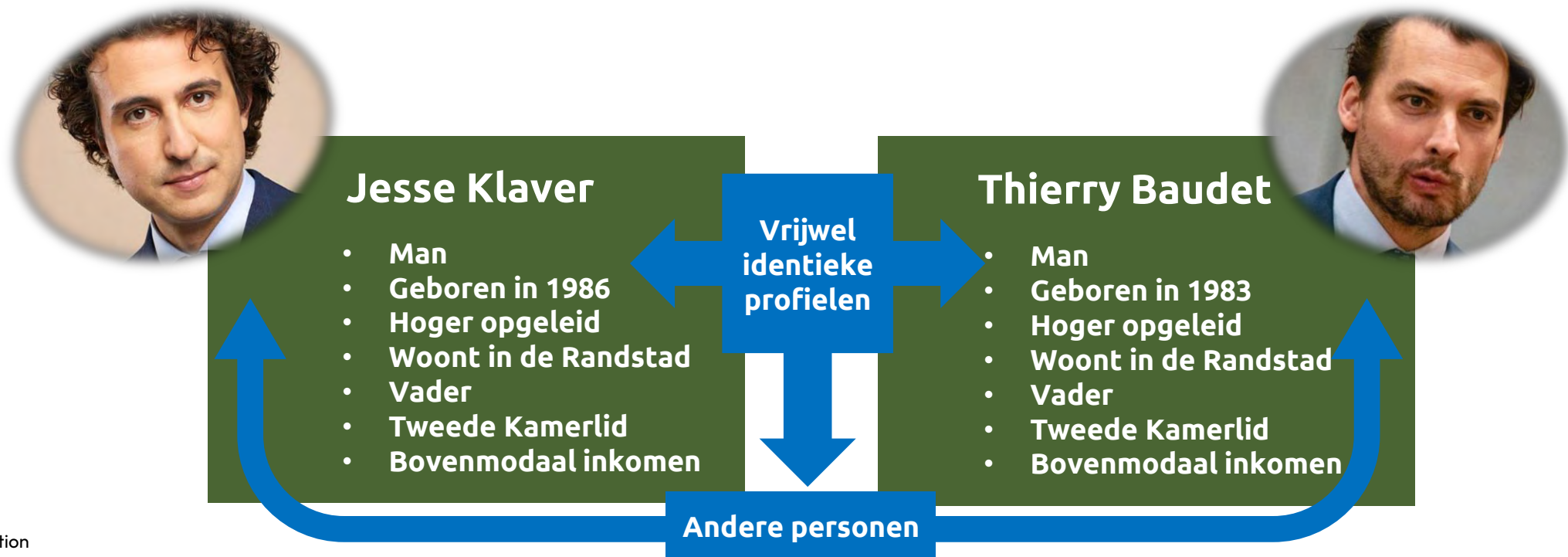
Water

SEGMENTEREN



Waarden versus socio-demografie

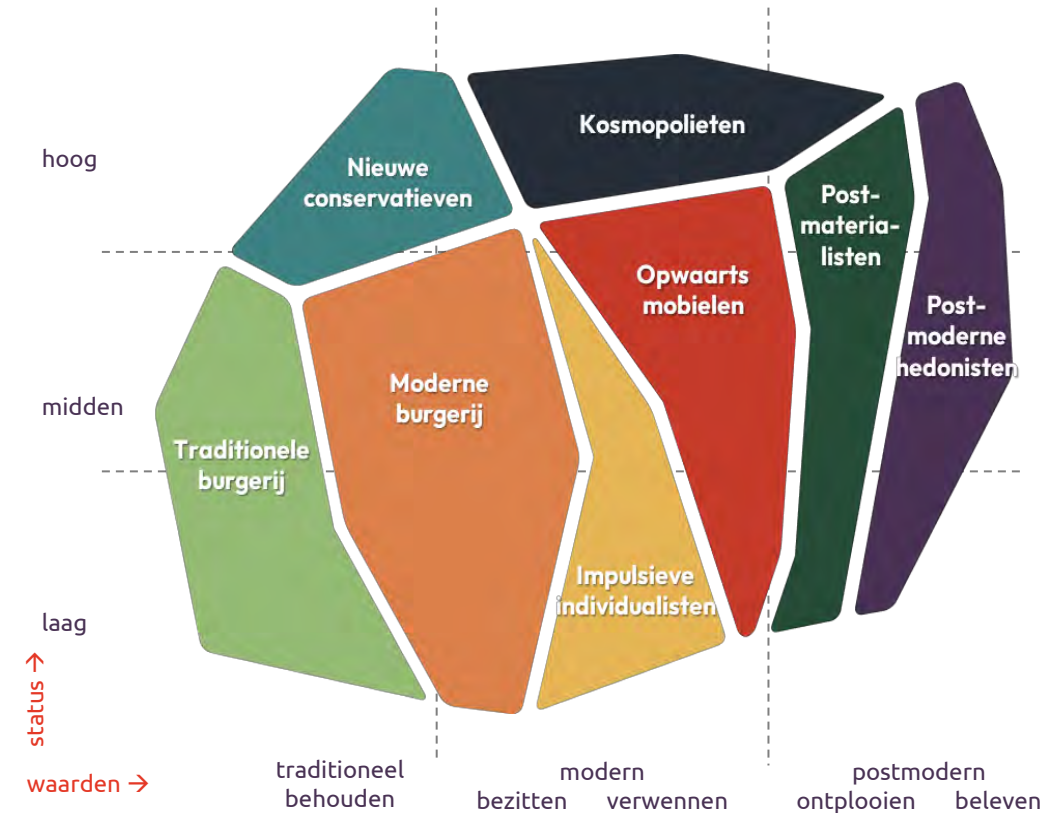
- De groep 'Nederlanders' bestaat uit verschillende doelgroepen
- Doelgroepen vaak o.b.v. socio-demografische gegevens (geslacht, leeftijd, inkomen, opleiding)
- Dezelfde demografische gegevens zorgen niet voor dezelfde keuzes, opvattingen of ideeën
- Daarom: Mentality



Mentality-model

- Circa 60 stellingen:
 - Waarden, doelen in het leven, wonen, werk, vrije tijd, consumeren, sociale relaties
 - Maar ook: financiën, overheid, maatschappij
 - **En:** duurzaamheid, klimaatadaptatie, aardgasvrij wonen
 - Drie waardenoriëntaties: acht Menticity-milieus

Menticity-model



Mentality-model: waarden vs. gedrag

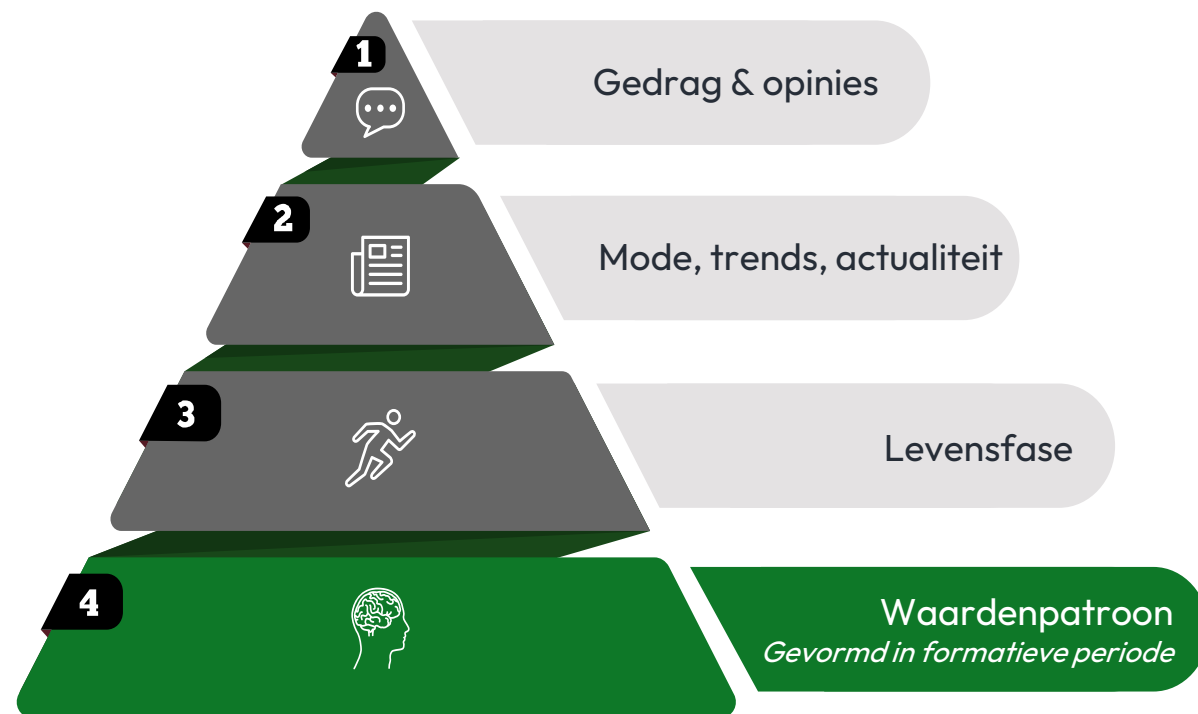
- Mentality is een waardenmodel
- Waarden zijn het meest stabiel als gedragsvoorspellers



Meest veranderlijk



Minst veranderlijk



Mentality-milieus blijken nogal te verschillen...

Ze zitten er anders bij...



Ze lezen andere tijdschriften...



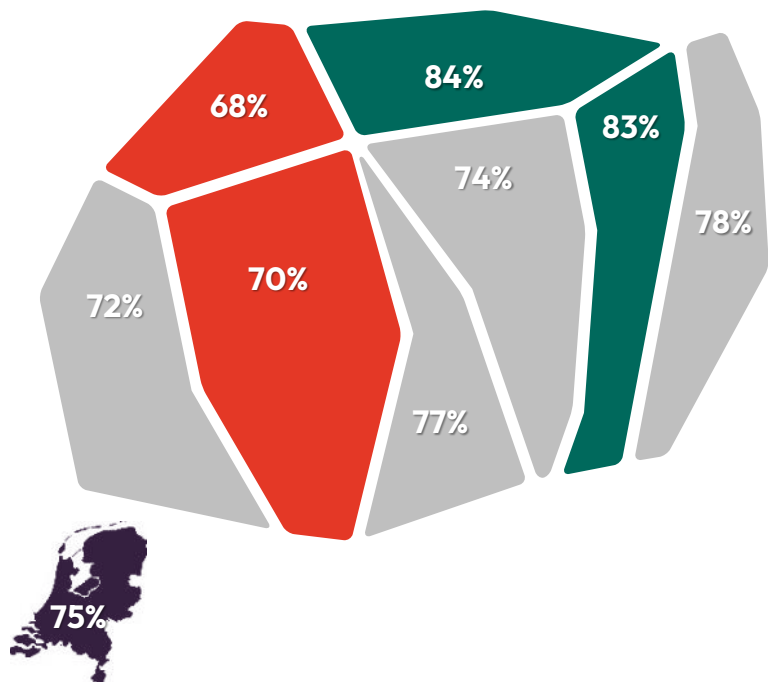
Ze vinden andere BN'ers leuk...



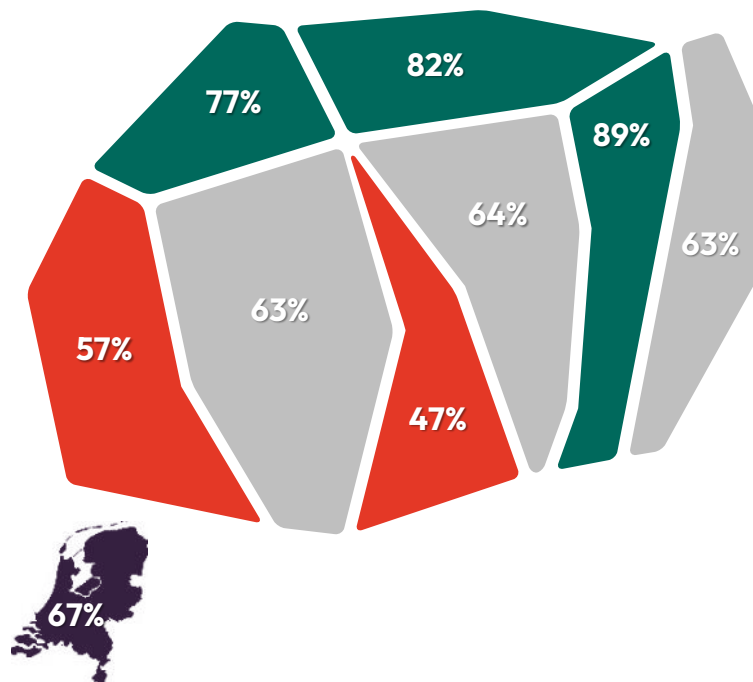
En...

Mentality-milieus ervaren duurzaamheid óók anders...

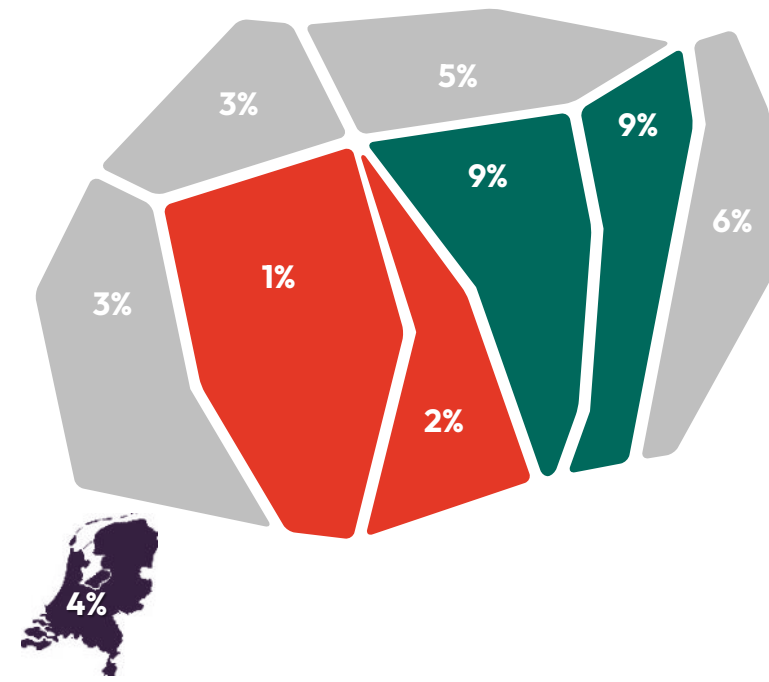
Nieuwe woningen in Nederland moeten gasloos worden opgeleverd'



'Ik wil graag dat mijn woning op een milieuvriendelijke manier gebouwd wordt'



'Ik ben bereid méér te betalen voor een aardgasvrije woning'

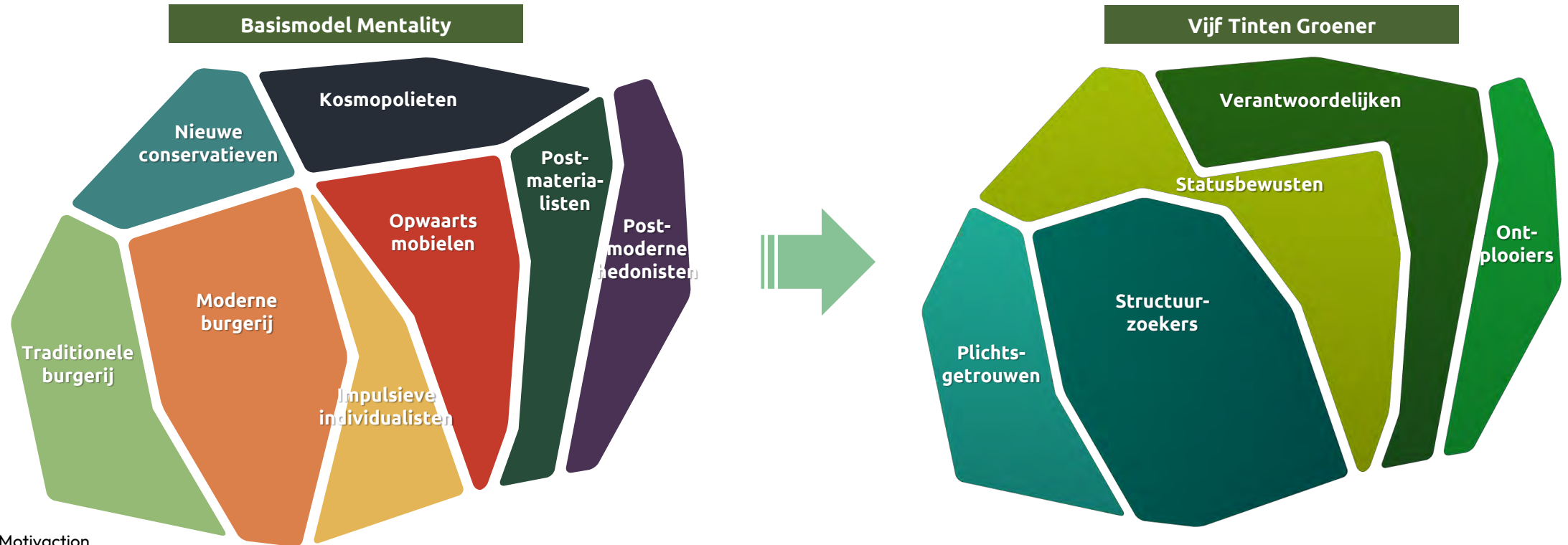


Percentages (helemaal) eens

- Significant méér dan Nederland totaal
- Significant minder dan Nederland totaal
- Wijkt niet significant af van Nederland totaal

Daarom...duurzaamheidsstijlen

- Mentality-milieus hebben hun eigen kijk op duurzaamheid
- We zochten naar overeenkomsten over duurzaamheid
- We vonden vijf groepen die veel op elkaar lijken: Vijf Tinten Groener (VTG)



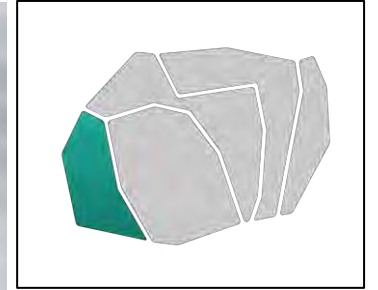


DE VIJF TINTEN

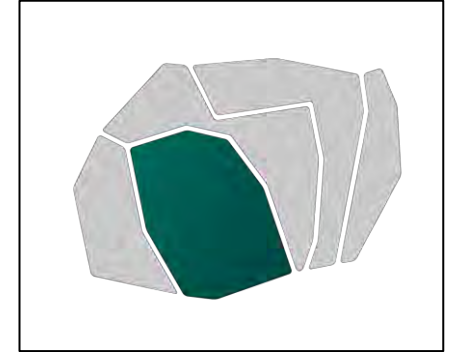


Onderstromen

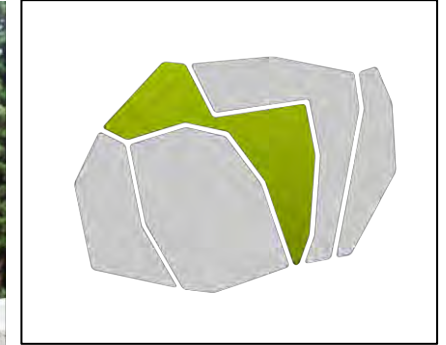
Plichtsgetrouwen



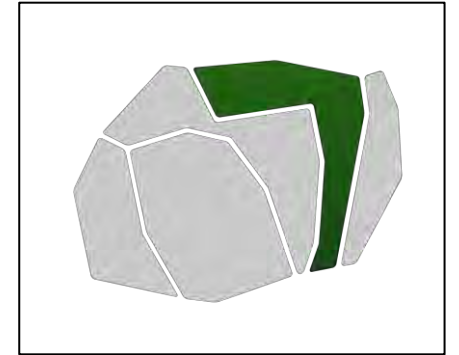
Structuurzoekers



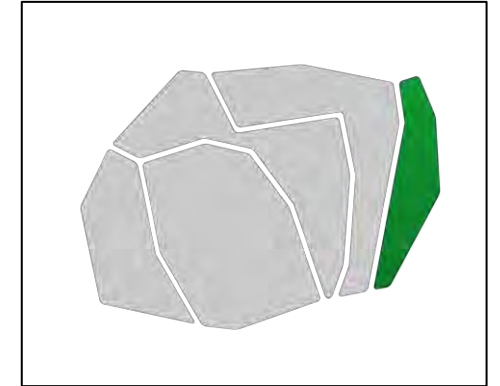
Statusbewusten



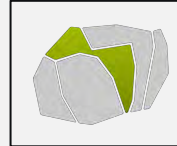
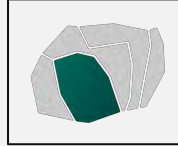
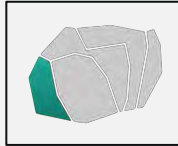
Verantwoordelijken



Ontplooiers



Onderstromen: Ontplooiers



Verlangen naar traditie



Nostalgie



Verbetering van de sociale status



Kunst



Gendergelijkheid



Veranderingen gaan te snel



Arbeidsklasse



Vooruitgang in inkomen



Maatschappelijke verbetering



Ongetrouwd samenwonend



Kleinere inkomensverschillen



Veranderingen gaan te snel



Carrière-identiteit



Diversiteit



Genderdiversiteit



Levenslange relatie



Familie eerst



Werken is leven



Global village



Thrillseeking



Anti-liberaal



Pessimisme



Geld belangrijker dan tijd

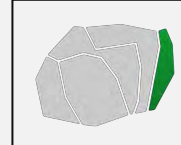
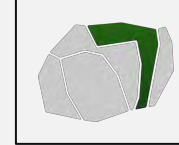
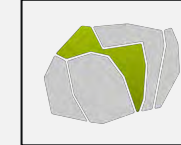
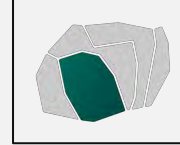
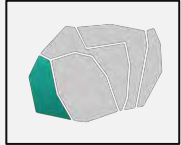


Interesse in politiek



Global village

En What about duurzaamheid?



Verlangen naar

Rust, reinheid, regelmaat

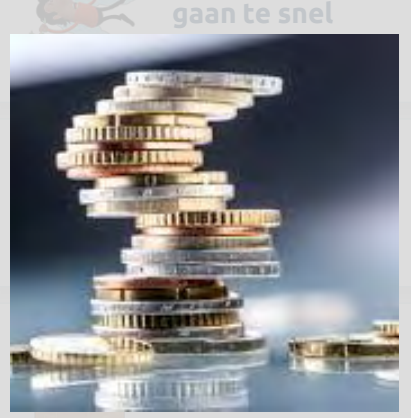
Nostalgie

Goed voorbeeld doet goed volgen

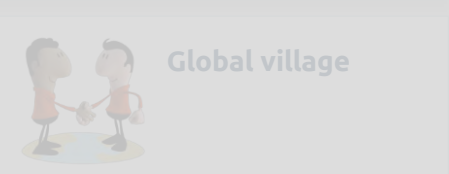


Kunst

Volg je Hart
Gebruik je Hoofd
Triodos Bank



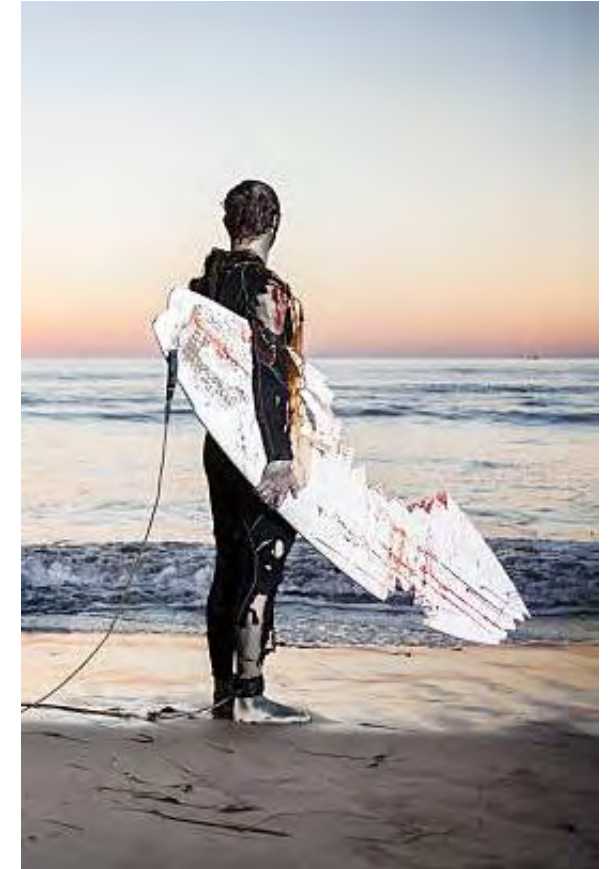
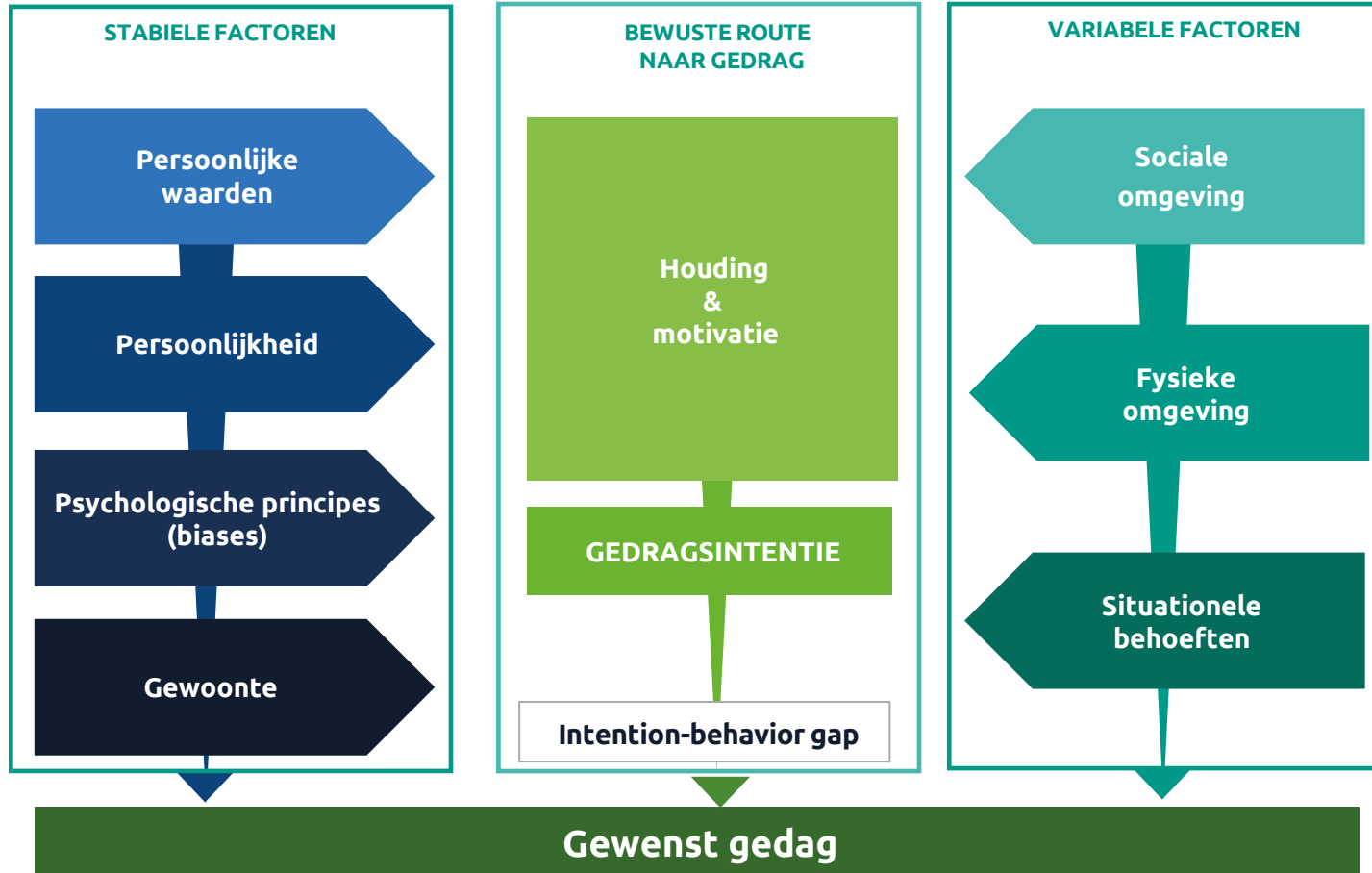
THE OCEAN CLEANUP



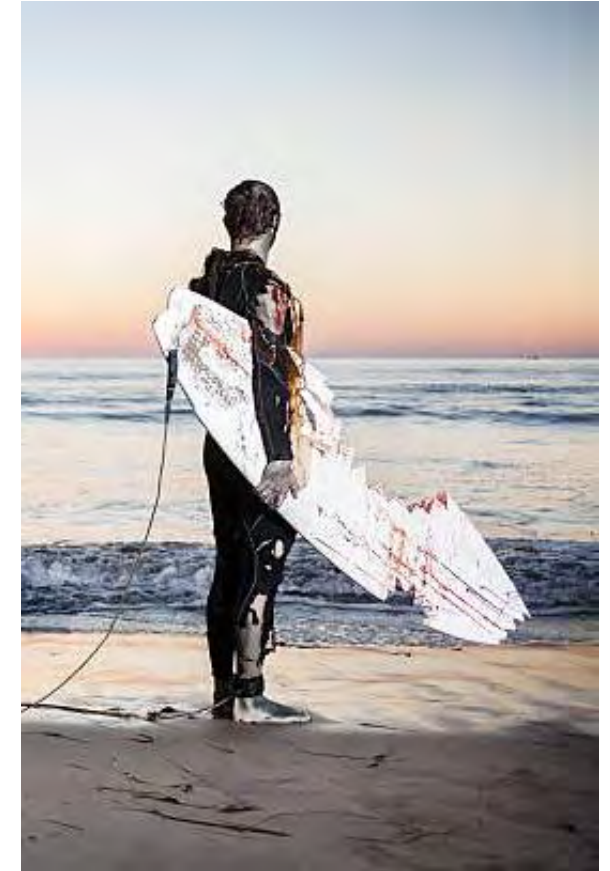
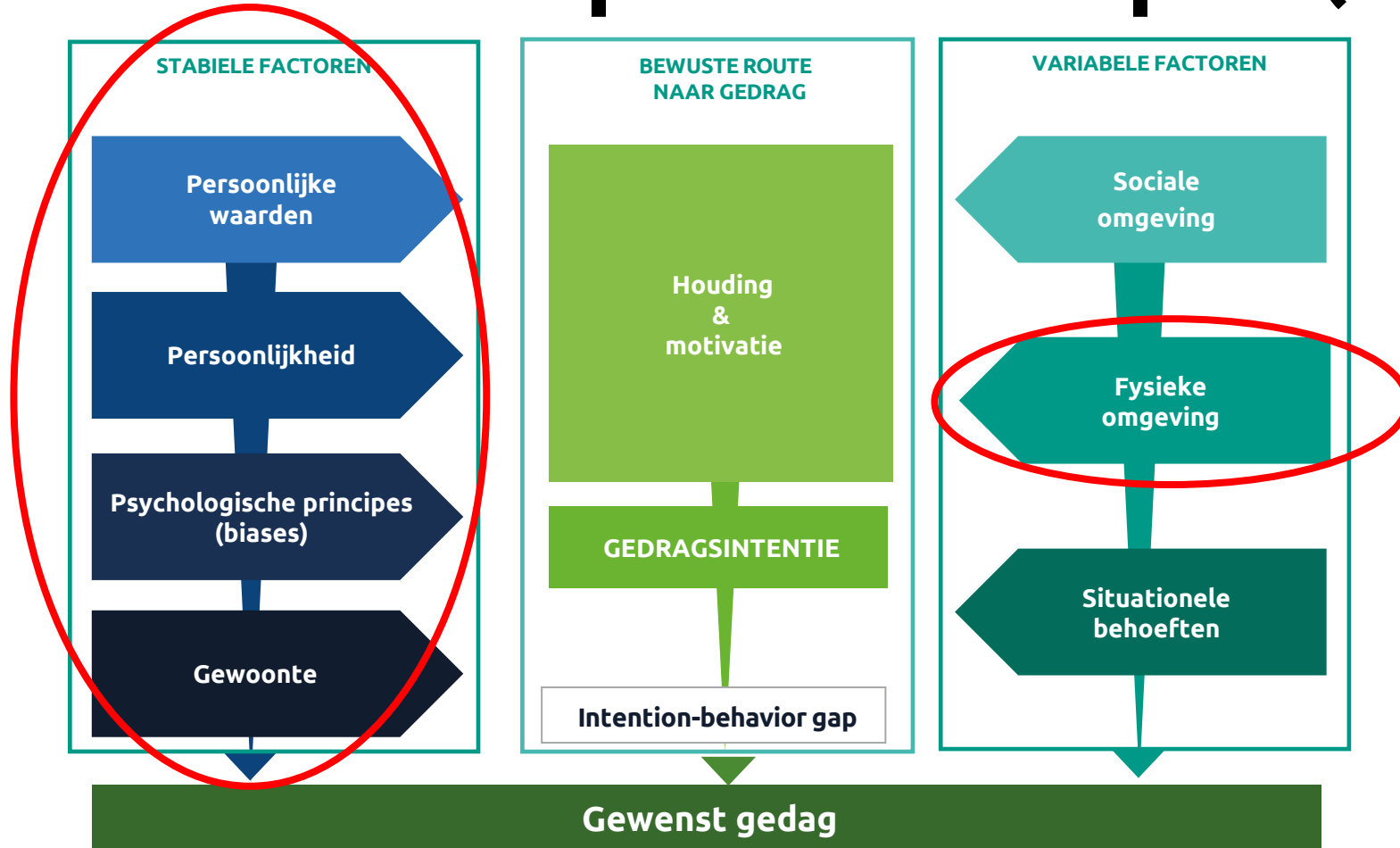


De Vijf Tinten en gedragsbeïnvloeding

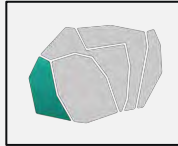
Behavioral Impact Techniques (BITE)



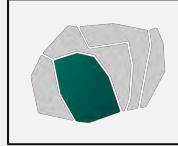
Behavioral Impact Techniques (BITE)



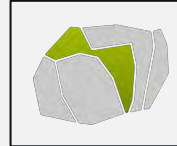
Persuasion tactics



Garanties geven



Extra's geven / That's not all



Exclusiviteit



Disrupt



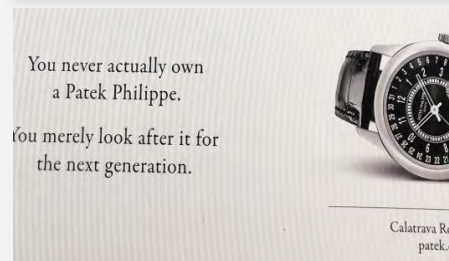
Metaforen



Voorgeschreven norm / social proof



Mascottes



Acknowledge resistance / voor - en tegen argumenten



Zelfsturing



Metaforen met humor




COMMUNICATIE

A photograph of a modern lecture hall. A man in a dark suit stands on the left side of the stage, addressing an audience. The audience is seated in red chairs on a tiered wooden floor. The back wall features a decorative pattern of black and light-colored horizontal stripes. The ceiling is high with exposed wooden beams and modern lighting fixtures. The word "COMMUNICATIE" is overlaid in large white letters on the left side of the image.

Communicatie met de VTG

Mediagebruik	Kansrijke boodschappen	Tone of voice	Detailniveau communicatie	Kansrijke afzenders
<ul style="list-style-type: none">▪ Tv: relatief veel▪ Radio: gemiddeld▪ Dagbladen: gemiddeld▪ Tijdschriften: gemiddeld▪ Sociale media: weinig	<ul style="list-style-type: none">▪ Neem drempels weg, ontzorg▪ Leg de keuze niet op▪ Benoem financiële voordelen	<ul style="list-style-type: none">▪ Snel, direct▪ Op hoofdlijnen, geen (onnodige) details▪ Functionele, concrete, no-nonsense boodschappen	<ul style="list-style-type: none">▪ Op hoofdlijnen, maar verwijzen naar achtergronden▪ Uitleggen waarom	<ul style="list-style-type: none">▪ Vrienden/peers▪ Onafhankelijke, eigenwijze geesten▪ Stand-up-comedians▪ Vernieuwers, uitdagers



A large crowd of runners participating in a marathon race on a paved road. The runners are wearing various athletic gear, including tank tops, shorts, and running shoes. Many are wearing bibs with numbers. The race is taking place on a paved road with trees and a clear sky in the background. The word "PARTICIPATIE" is overlaid in large white letters on the left side of the image.

PARTICIPATIE

Participatie van de VTG

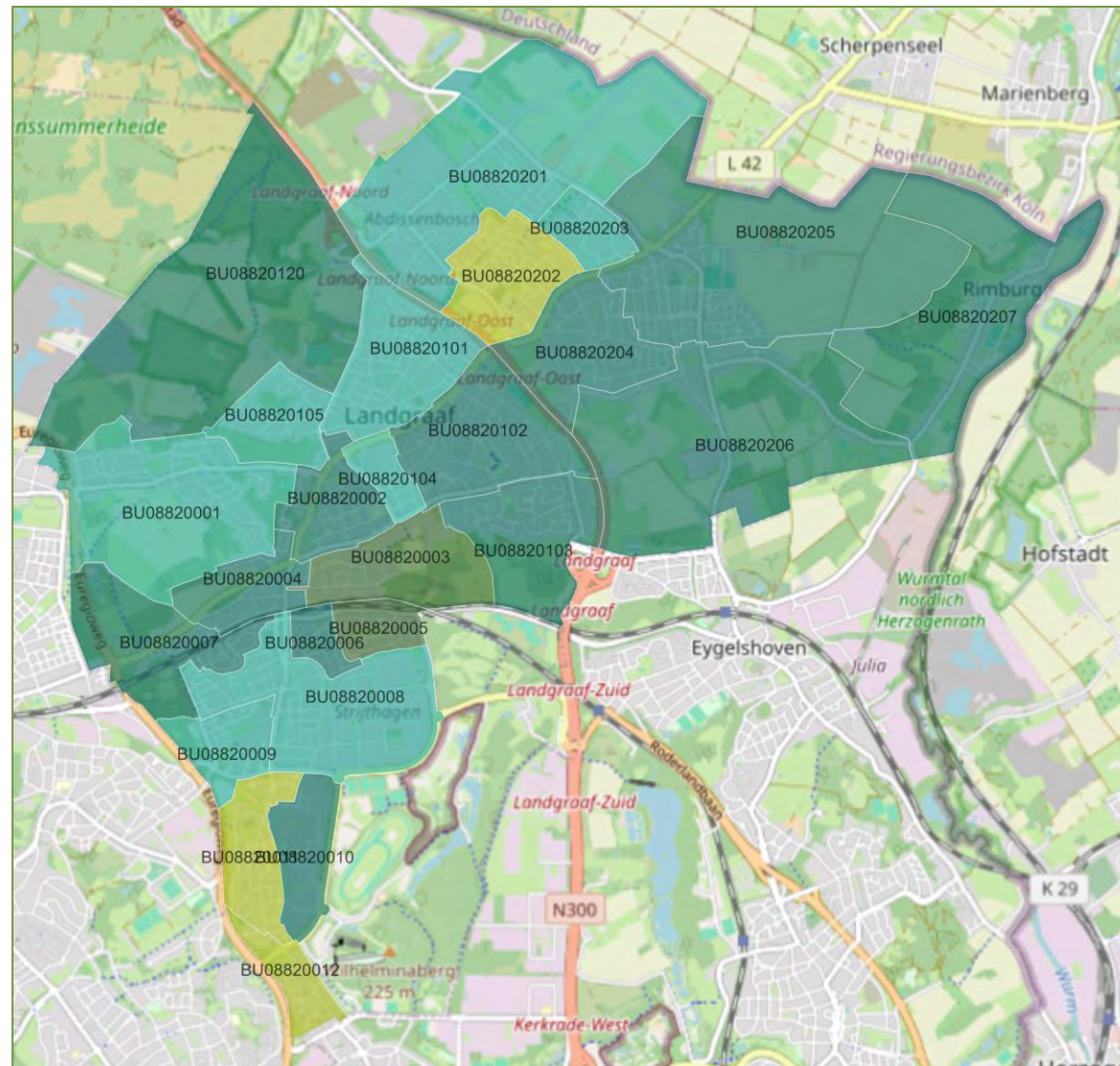
Aansprekende thema's	Wijze/moment participeren	Gewenste rol (gemeente)	Werkvorm, omlijsting	Leefstijl en kernwaarden
<ul style="list-style-type: none">▪ Veiligheid▪ Traditie▪ Openbaar vervoer▪ Groen/natuur (dichtbij huis)	<ul style="list-style-type: none">▪ Meedenken/-praten▪ Betrokken raken nog vóóordat plan/voorstel concreet is▪ Toetsen van ideeën: wat is acceptabel, wat niet?	<ul style="list-style-type: none">▪ Facilitator▪ Dagvoorzitter, met visie op de toekomst▪ Contact indien nodig▪ Gelijkwaardige relatie	<ul style="list-style-type: none">▪ Gelijkwaardige discussie▪ Werkgroep/workshop▪ Wijkraad▪ Gesprek met wethouder▪ In culturele instelling	<ul style="list-style-type: none">▪ Impulsief, avontuurlijk▪ Vrijblijvend ('anything goes')▪ Ervaringsgericht▪ Innovatief, trendsettend▪ Vrij, onafhankelijk zijn



Gebiedsanalyse



Voorbeeld gebiedsanalyse (gemeente Landgraaf (CBS-buurtniveau))



Oververtegenwoordigde tint

- Plichtsgetrouwen
- Structuurzoekers
- Statusbewusten
- Verantwoordelijken
- Ontplooiers

Meer weten? Download de whitepaper Vijf Tinten Groener!



An aerial photograph of a wind farm is shown, with several white wind turbine towers and nacelles visible against a landscape of green fields and a blue sky with scattered white clouds. A semi-transparent green horizontal band is overlaid across the middle of the image. The word "Dank!" is written in a bold, white, sans-serif font, centered within this green band. The overall composition is clean and modern, emphasizing renewable energy.

Dank!

meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl