

Learning Lab: Matching for New Energy

Een nieuwe communicatie strategie om energie initiatieven te versnellen

ACHTERGROND

MVI-Energie is een dwarsdoorsnijdend innovatieprogramma van de Topsector Energie en heeft als doel om voor de snel veranderende sociaal-maatschappelijke context tot energie-innovaties te komen die de samenleving duurzaam versterken.

MVI-Energie werkt nauw samen met de diverse TKI's van de Topsector Energie en stemt haar activiteiten af met het fundamenteel-wetenschappelijk NOW-MVI programma.

DE URGENTIE VAN DUURZAME ENERGIE IS HOOG, MAAR MOBILISEREN VAN DE MASSA BLIJFT EEN UITDAGING.

In Nederland is een transitie gaande in de energiesector. Vanuit de topsector energie wordt er veel aandacht gegeven aan het versnellen van deze transitie naar het gebruik van duurzame energie. Op dit moment zijn er veel pioniers hard aan het werk om initiatieven voor duurzame energie



op te starten en uit te bouwen. De urgentie van duurzame energie is hoog en toch blijft het moeilijk om op grote schaal impact te maken. Initiatieven hebben moeite grotere groepen mensen in Nederland aan te spreken en te mobiliseren tot actie. Het is gebleken dat mensen zich in deze tijd van sociale media steeds minder laten beïnvloeden door top-down communicatie methoden. Voor versnelling van de energietransitie is het daarom cruciaal om op zoek te gaan naar nieuwe vormen van communicatie om participatie van burgers te inspireren.

DOOR WIE LATEN WE ONS NOG BEÏNVLOEDEN EN HOE DAN? DE KRACHT VAN SELFMADE INFLUENCERS EN ROLMODELLEN IS GROOT.

Uit onderzoek blijkt dat we momenteel nog maar weinig meer klakkeloos aannemen van overheid of kennisinstituten nu de toegang tot kennis zoveel groter is geworden, en onderzoek zo veelzijdiger. In plaats daarvan nemen we juist meer aan van onze eigen peers en zelfgekozen rolmodellen. In de wereld van social media bestaan al veel mensen die op een specifiek onderwerp of voor een gericht deel van de bevolking over aanzien, zeggenschap en invloed beschikken. Door deze zogenaamde influencers te koppelen aan duurzame energie-initiatieven kunnen nieuwe doelgroepen worden bereikt in een vorm die bij hen aansluit. In de commerciële wereld wordt hier al volop mee gewerkt. In het publieke domein echter nog nauwelijks. Hoe deze participatieve vorm van marketing in het voordeel van de energietransitie gaat werken is nog niet goed in beeld. Het Learning Lab "Matching for New Energy" gaat de voorwaarden en mechanismes onderzoeken, in de vorm van actieonderzoek.

LEARNING LAB: DOEL EN AANPAK

Het learning Lab gaat het mechanisme van participatieve marketing testen in praktijksituaties en daarmee ook actief een aantal energie-initiatieven een groter bereik en impact geven.

In het Learning Lab gaat een groep van 5-8 deelnemers gedurende een jaar voor een aantal praktijk initiatieven gericht op duurzame energie onderzoeken hoe zij de doelgroep kunnen bereiken en binden via influencers. Gezamenlijk gaan we het proces van matchen ontdekken, ontwerpen, de do's en don'ts in de praktijk ervaren en tegelijkertijd echte impact maken op de energietransitie. We komen tot kennis en advies over de inzet van participatieve marketing voor de energietransitie.



Learning Lab: Matching for New Energy

Een nieuwe communicatie strategie om energie initiatieven te versnellen

WE ZOEKEN EEN DIVERSE GROEP VAN 5 TOT 8 DEELNEMERS.
MELD JE AAN!



Als een of meer van deze kenmerken op jou van toepassing zijn. Meld je aan door een email te sturen!

- Passie hebt voor het verder brengen van de energietransitie richting een beter leefbare samenleving
 - Expertise wilt ontwikkelen voor een nieuwe communicatie en marketingtool als matchmaking en hoe dit effectief in te zetten.
 - Enthousiast bent om te pionieren: echt in de praktijk op pad en aan de slag te gaan, durft te experimenteren en te ontdekken.
- Actief bent in de energiemarkt, affiniteit hebt met communicatie,
- actief bent in lokale netwerken en/of vanuit een gemeente of provincie betrokken bent bij dit onderwerp

WAT LEVERT HET JE OP?

- Inzicht in communicatie via influencers en de voorwaarden om dat effectief te doen. Deze kennis wordt praktisch gericht en gezamenlijk ontwikkeld en ontsloten naar andere energie initiatieven, de overheid, verbinders en influencers.
- Begrip van de dynamiek van Participatie Communicatie Marketing aansluitend op de veranderende samenleving.
- Toegerust om je rol als matchmaker binnen jouw eigen organisatie in praktijk te kunnen brengen.
- Gerealiseerde matches waarmee je jouw eigen werkwijze en de energietransitie direct hebt versterkt, en inzicht in de effecten daarvan.

GEEN FINANCIËLE INVESTERING NODIG!

De potentie van dit Learning Lab programma wordt vanuit de Topsector Energie erkend en daarom financieel ondersteund. Als deelnemer hoef je geen deelnamegeld te betalen. Wel vragen we jouw volle persoonlijke inzet op de volgende onderdelen:

- 4 gezamenlijke dagen: 13-03 Kick-off, 06-04 en 15-06 kennis en toolontwikkeling en in okt/nov de afsluiting.
- Tussendoor ca. 10 dagen zelfstandige inzet voor het maken van matches in de praktijk, gezamenlijke intervisie en begeleiding.
- Inbreng van eigen netwerk en expertise voor matchmaking en om gezamenlijk van te leren.
- Een ruimte vanuit je werkplek voor het hosten van een gezamenlijke bijeenkomst.



AANMELDEN

Ben je geïnteresseerd om deel te nemen aan dit Learning Lab? Of heb je verdere vragen? Wij maken graag kennis met jou.

Stuur voor 7 februari een email met jouw vragen, motivatie en achtergrond en we nemen contact met jou op voor een intakegesprek.

Eveline de Wal
Amsterdam
eveline@flyingelephants.nl
06-11767582

Jeroen Fikkers
Amersfoort
jeroen@blikwissel.nl
06-21243938