

## Duurzaamheidscommunicatie & Energie

Wim J.L. Elving, PhD

Lector Centre of Expertise, Energy, EnTranCe, Hanzehogeschool Groningen; [w.j.l.elving@pl.hanze.nl](mailto:w.j.l.elving@pl.hanze.nl)

Beste Logeion vrienden, ik wil het vandaag met u hebben over klimaatverandering en duurzaamheid en met name hoe we hierover communiceren en hoe communicatie ingezet kan worden om de duurzame samenleving te bewerkstelligen. Oftewel hoe kunnen we communicatieve interventies inrichten om gedragsverandering te bereiken. Want dat we ons zullen moeten aanpassen om klimaatverandering tegen te gaan is evident duidelijk.

Ik werk als lector in Groningen aan de Hanzehogeschool bij het zogenaamde Centre of Expertise; Energy, EnTranCe. Daar hebben we een proeftuin met allerlei technische installaties op het vlak van energie en duurzaamheid, maar is 8 jaar geleden ook begonnen met het betrekken van de sociale kant van de energietransitie, de energietransitie is niet alleen een technische uitdaging, maar zeker ook een sociale.

Nu is energie voor de meeste mensen niet sexy; het komt uit het stopcontact in de muur, of je hebt voldoende energie voor een bepaalde activiteit. Voor onze studenten en voor veel anderen is duurzaamheid daarentegen wel een heel interessant thema en wil men zich daar graag mee bezighouden.

Samen met collega's hebben we zelf een model ontwikkeld en dat noemen we **from A to Sustainability**, inderdaad in het Engels, omdat de stap van A naar S in het alfabet veel langer en complexer is dan de drie stapjes van de A naar de D van Duurzaamheid.

Daarbij begint het natuurlijk met de beleving van de urgentie van klimaatverandering. Ziet men dat het klimaat verandert, ziet men de noodzaak in tot handelen. Zo niet, dan moeten we ze blijven bestoken met rapporten en artikelen zodat ze uiteindelijk uit die ontkennende bubbel komen. Gewoon door blijven gaan tot het kwartje eindelijk valt.

De tweede fase is de verhoging van bewustwording, Awareness. Dat is een moeilijke, maar aan de andere kant ook mooie. Wij gebruiken daar in het energiedomein bijvoorbeeld de energiestekker voor (tonen). Hiermee kun je meten hoeveel energie een apparaat verbruikt. Maar dat doet nog niet echt veel, merken we, want wat is een kilowattuur? Wie weet wat een kilowattuur is? Deze actie doen we dus vooral in teams.

Groepen burens of groepen collega's vergelijken dan de hoeveelheid energie die hun koelkast, vriezer of andere elektrische apparaten gebruiken. Als jij erachter komt dat jouw koelkast drie keer zoveel energie verbruikt als die van je buurman of van je collega, dan weet je dat je een energieslurper in huis hebt. We hebben heel vaak meegemaakt dat deelnemers aangaven dat ze dezelfde dag naar de winkel zijn gerend voor de aanschaf van een nieuwe, energiezuinige koelkast of vriezer.

Ook gebruiken we infraroodcamera's, waarmee je een scan kunt maken van hoe goed jouw woning is geïsoleerd en zie je waar er warmtelekken zijn bij jouw woning. Door met de infraroodcamera om je huis heen te lopen, zie je waar betere isolatie nodig is. Ook hierbij is vergelijking met collega's of burens zinvol.

Een laatste mogelijkheid om de bewustwording te verhogen die ik wil noemen wordt samengevat onder de term gamification. Zo is er bij ons een spel ontwikkeld, de We-Energy game, dat we heel veel met bestuurders spelen. Het spel laat zien hoe complex de energietransitie is. Het draait om de plaats, vaak de gemeente en die moet energieneutraal gemaakt worden door windmolens,

zonneparken en isolatiemaatregelen uit te voeren en op de kaart van de betreffende plaats te plaatsen. Je ziet NOT IN MY BACKYARD in de praktijk, want niemand zet een windmolen of zonnepark in de directe nabijheid van de eigen woning. Maar we zagen ook hoe de bestuurders een begin maken met een dialoog van hoe in deze gemeente de energietransitie zou kunnen aanpakken. Het spel is meer dan 400 keer door heel het land gespeeld.

Ook hebben wij recent een Comenius beurs toegekend gekregen om een escaperoom energietransitie te ontwikkelen. De escaperoom kan helpen om moeilijk bereikbare groepen, zoals jongeren, en mensen uit lagere SE-klassen te betrekken en te involveren in de energietransitie. De Comenius beurs zal voor het ontwikkelen van de escaperoom worden gebruikt, daarnaast zijn we sponsors aan het zoeken om de escaperoom daadwerkelijk op een truck te krijgen waarmee we het land door willen gaan om de moeilijk bereikbare groepen te betrekken. Natuurlijk moet die truck elektrisch zijn of op waterstof rijden, dat is duidelijk.

Naast de bewustwording is natuurlijk ook de dialoog met de samenleving van belang, zeker als je bij een gemeente of provincie werkt. Hoe pak je dat dan aan? In het klimaatakkoord zijn afspraken gemaakt die momenteel in de 30 regio's in Regionale Energie Strategieën worden uitgewerkt die een aanbod hebben gedaan hoeveel hernieuwbare energie vanuit deze regio ontwikkeld kan worden. Nu wordt de locatie bepaald van windmolens en zonneparken en komt het nu neer op de dialoog met de samenleving en de omgeving.

Zelf ben ik betrokken bij een project rondom het aardgasvrij maken van een wijk en die wijk met groene waterstof te verwarmen. Dit is de wijk de Erflanden in Hogeveen. Groene waterstof wordt gemaakt door hernieuwbare energie te gebruiken voor een elektrolyser. Waterstof kan ook grijs of blauw zijn; grijze waterstof wordt gemaakt met fossiele brandstoffen en bij blauwe waterstof wordt de CO<sub>2</sub> afgevangen.

Nadat de technische collega's een haalbaarheidsstudie hadden uitgevoerd is er in die wijk een bewonersraad gevormd. Dat waren geen voorstanders van de waterstofwijk, maar betrokken burgers die graag wilden meedenken over de toekomst van hun wijk.

De gemeente heeft succesvol een subsidieaanvraag geschreven voor het aardgasvrij maken van de wijk en ruim 4 miljoen aan subsidie gekregen. Uit deze subsidie wordt de aanschaf van de waterstofketel en inductiekookplaat voor alle betreffende 418 woningen betaald, evenals dat voor ongeveer 15 jaar lang de meerkosten van waterstof ten opzichte van aardgas wordt betaald. Voor de bewoners is dit bijna een offer **you can't refuse**, maar toch zien we nog best wel veel weerstand.

De bewonersraad heeft zelf een projectleider aangesteld en er zijn aantal werktafels gevormd. Aan de werktafels wordt het hele plan verder uitgewerkt. Zo is er een werktafel die de financiële kant van de waterstofwijk ondersteunt, een werktafel die gaat adviseren over de apparatuur die gaat worden aangeschaft. Ook is er een werktafel bewonersraadpleging, waarin wij participeren. Wij gaan jaarlijks met de inzet van studenten een monitor onder alle woningen in de wijk uitvoeren. Daarin vragen we de bewoners naar hun bevindingen en ervaringen rondom deze transitie, zodat we tijdig kunnen bijsturen en informatie kunnen bieden mocht dit nodig zijn.

Niet verassend er is best wel wat scepsis in de wijk: kunnen we als bewoners de gemeente nog wel vertrouwen, kan de gemeente dit project succesvol uitvoeren? Kan de subsidie niet beter aangewend worden om de tekorten bij de gemeente weg te nemen. Gelukkig domineren de tegenstanders alleen op social media, onze eerste monitor heeft laten zien dat 58% van de mensen voorstander is van de overgang naar de waterstofwijk. Overigens is ons doel niet om van iedereen voorstander te maken, integendeel. Ons doel is om de bewoners goed te informeren over waterstof en over deze transitie, zodat men op basis van de juiste informatie en kennis een beslissing kan maken.

Dit lijkt op een omslachtige, complexe en langdurende aanpak, maar het is de enig mogelijke. En het moet. We zullen er allemaal aan moeten geloven. Gemiddeld gaat het aardgasvrij, energieneutraal maken van een woning ongeveer 25.000 euro kosten. Natuurlijk zijn we allemaal al bezig door minder of geen vlees te eten, minder te vliegen en vaker de fiets te pakken en de auto te laten staan, maar er is veel meer nodig en we zullen veel gebruiken en gewoontes moeten aanpassen.

Ik denk dat wij als communicatiewetenschappers en communicatieprofessionals een belangrijke rol kunnen en moeten vervullen. Wij kunnen met goede informatie de bevolking onderwijzen en voorlichten, wij kunnen verbindingen leggen en relaties onderhouden. Zeker in de tijd van disinformatie en misinformatie is het gebruik van de juiste informatie belangrijk en moeten we doelbewuste pogingen om klimaatverandering te ontkennen of te bagatelliseren tegenwerken. Dat levert natuurlijk ook bepaalde kritiek op. Dat zijn we wel gewend in de communicatie en zullen we ook nu van ons moeten laten afglijden. Blijf luisteren, blijf de dialoog aangaan, blijf rustig en hou je goede humeur. Dan kan kom je een heel eind.

Kortom, Logeion vrienden, er is werk aan de winkel. #No Time To Waste!