

VIJF TINTEN GROENER

motivaction
research and strategy

Groene Lunch, MediaGroen

Gerard van der Werf
Daan Damen



**SORRY. UW
DUURZAAMHEIDSHOBBY IS NIETS
MEER DAN EEN DRUPPEL OP EEN
GLOEIENDE PLAAT**

INTERVIEW CHARLES C. MANN

Wie redt ons: de techno-optimist of de eco-pessimist?

Technologie en ecologie bieden tegenovergestelde oplossingen voor het voedsel- en het klimaatvraagstuk.



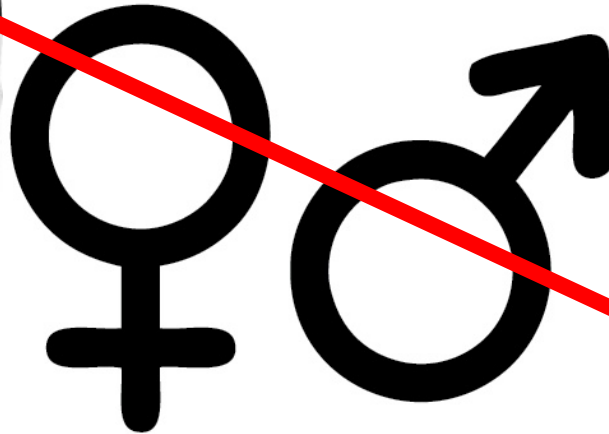
Aantal leveranciers groene stroom verdubbeld, grijze aanbieders gehalveerd



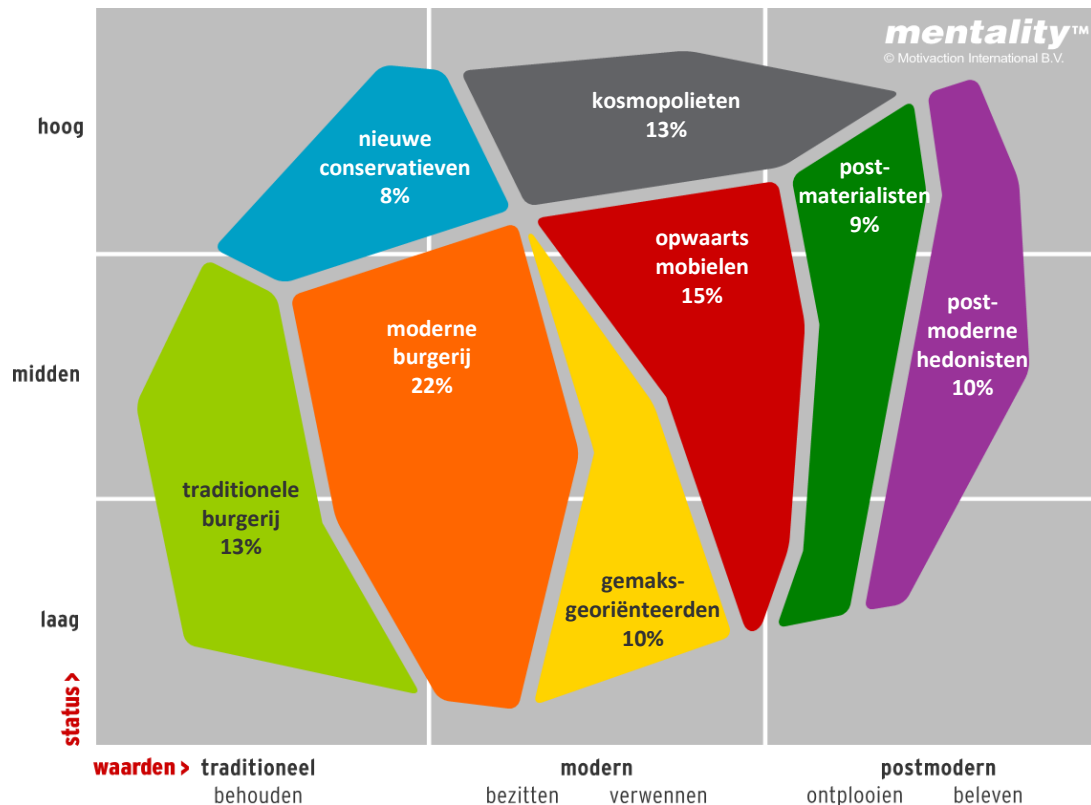
De bevolking is verdeeld



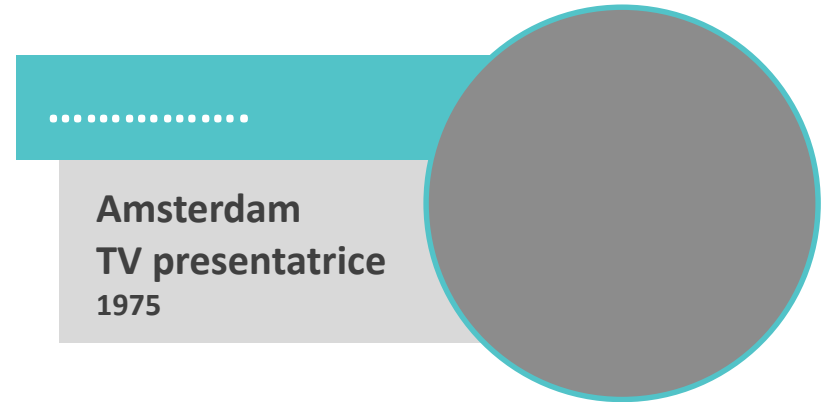
De bevolking is verdeeld



Verdeling Nederlanders 15-80 jaar (13 mln)



Waarden versus Sociodemografie



Waarden versus Sociodemografie



Eva Jinek

Amsterdam
TV presentatrice
1978

Sophie Hilbrand

Amsterdam
TV presentatrice
1975

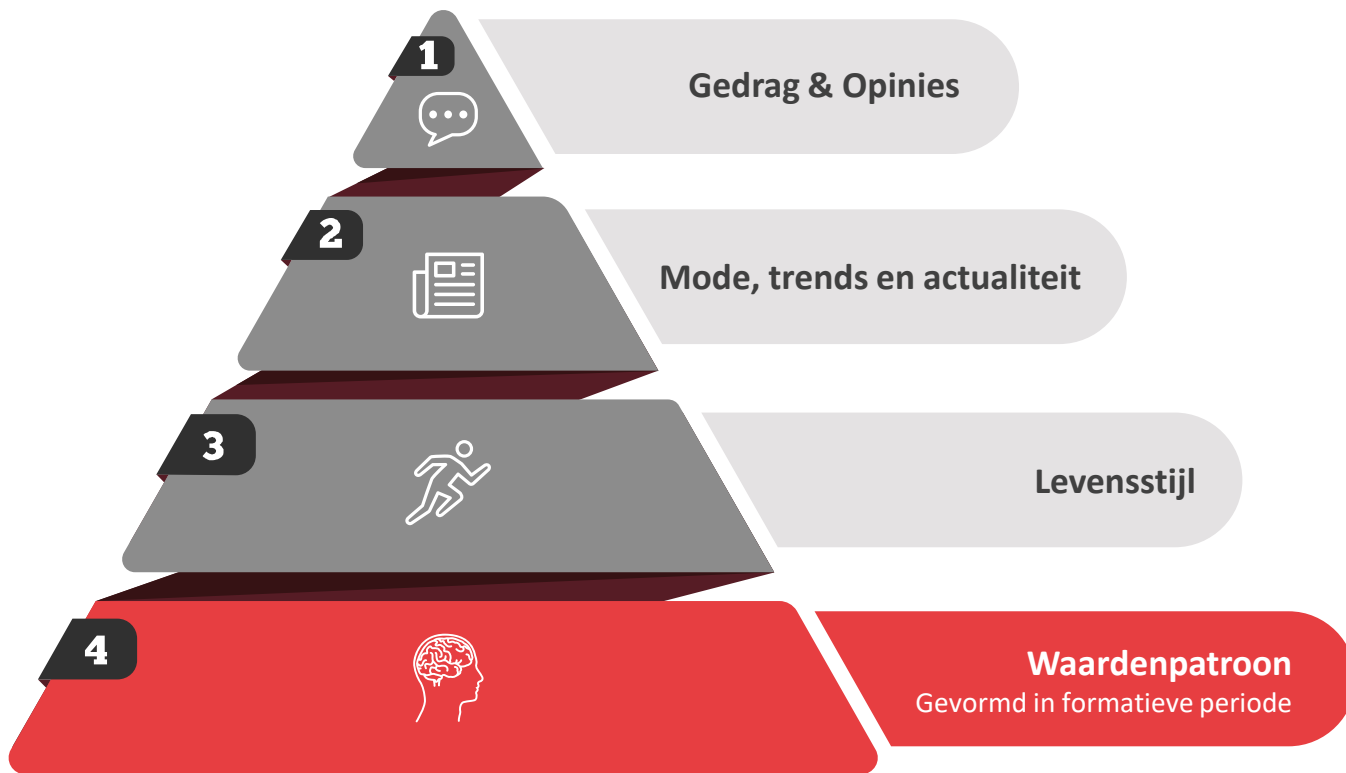


Waarden versus Sociodemografie

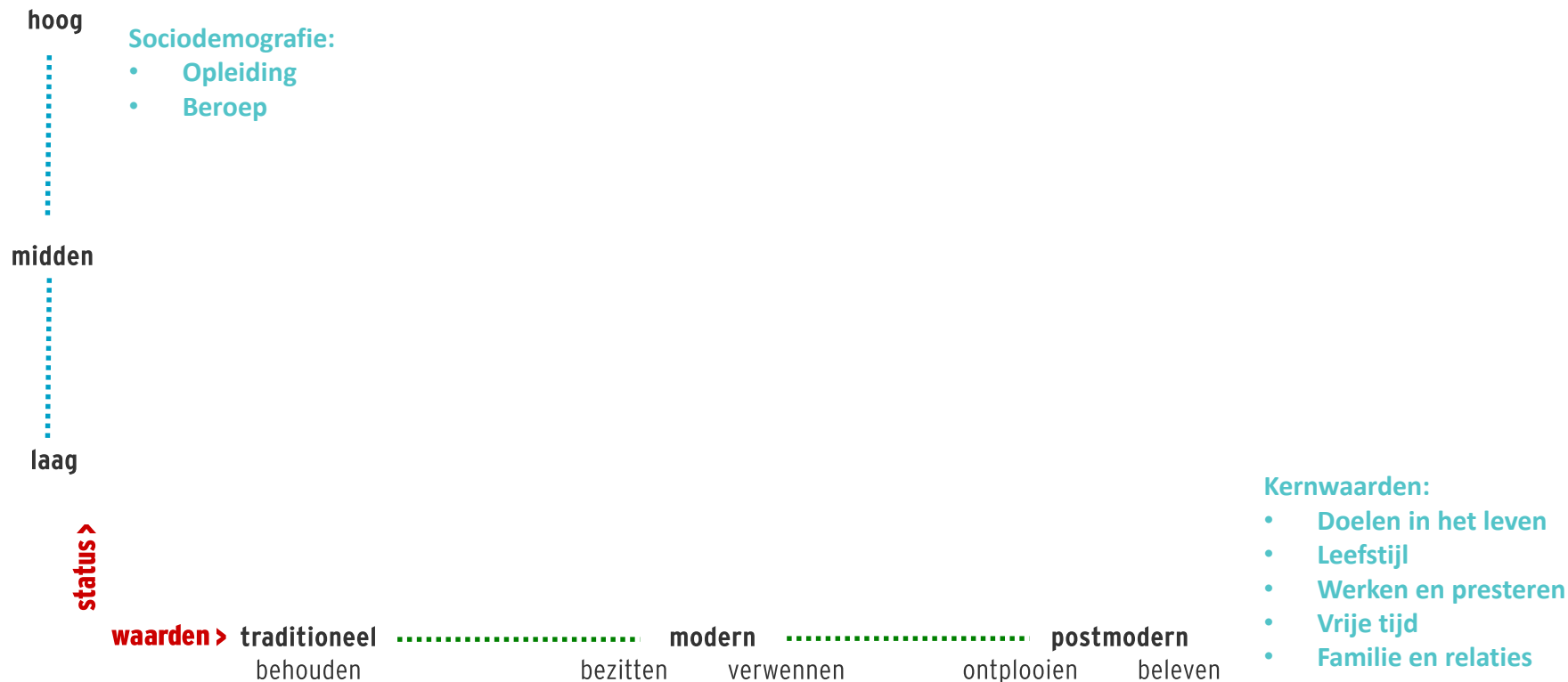
Meest veranderlijk



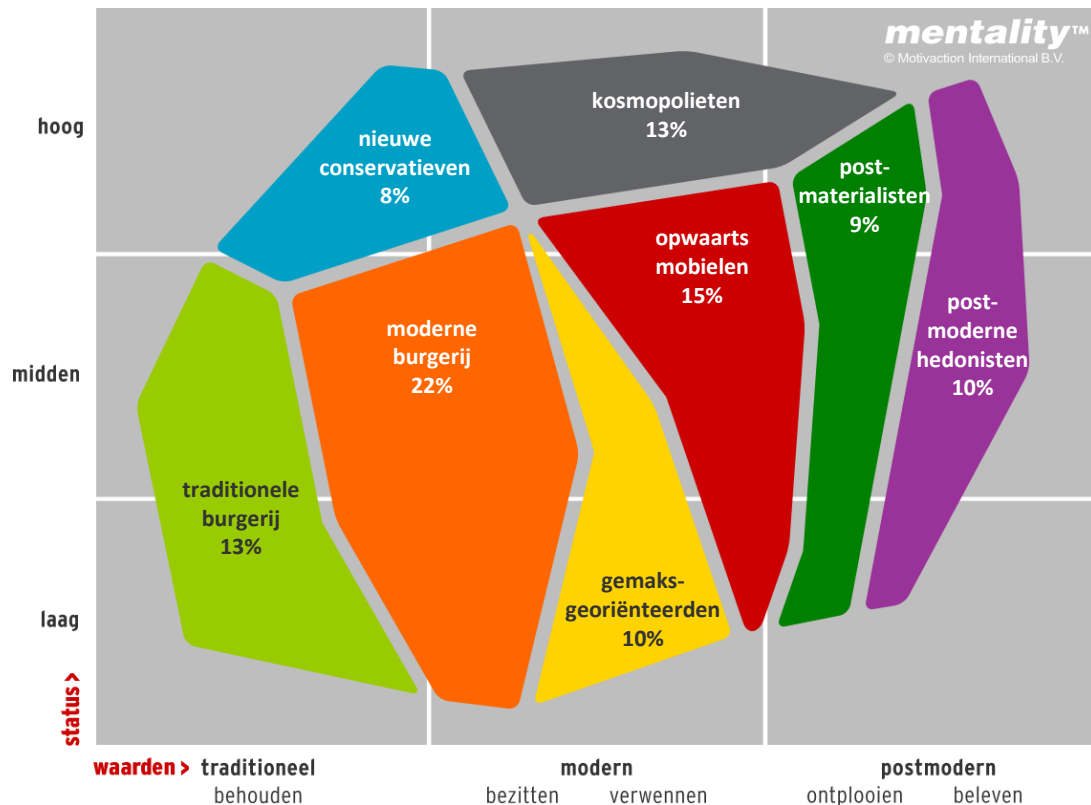
Minst veranderlijk



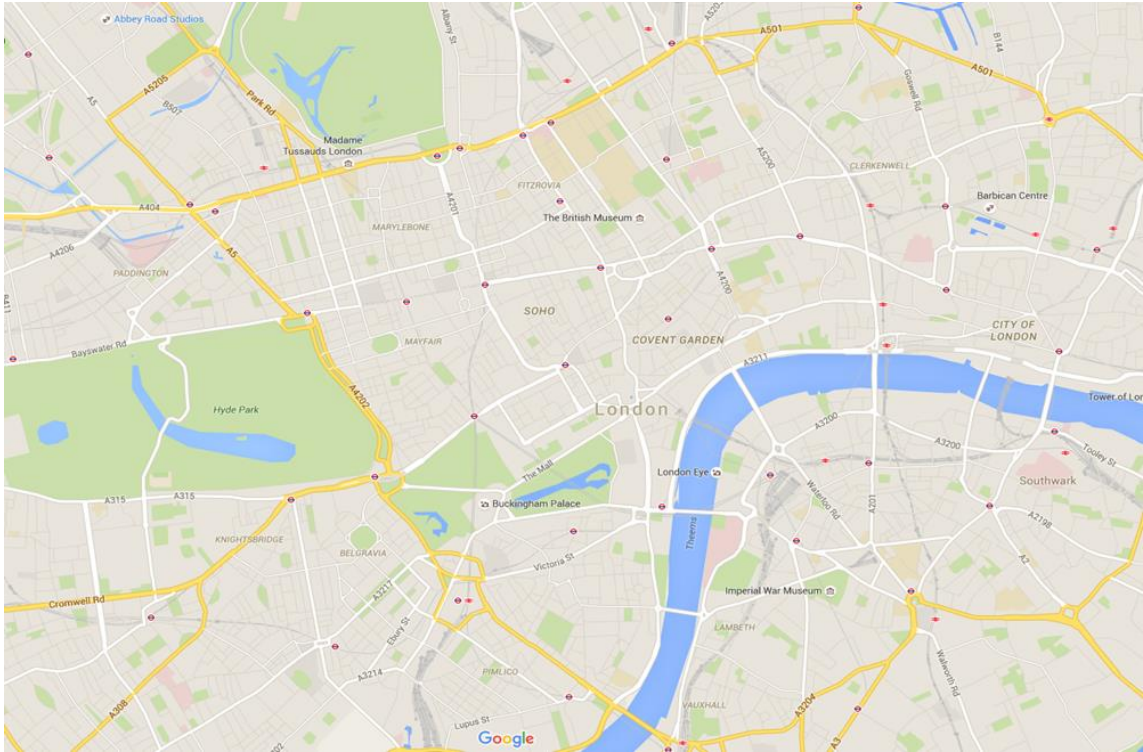
Kernwaarden en sociodemografie



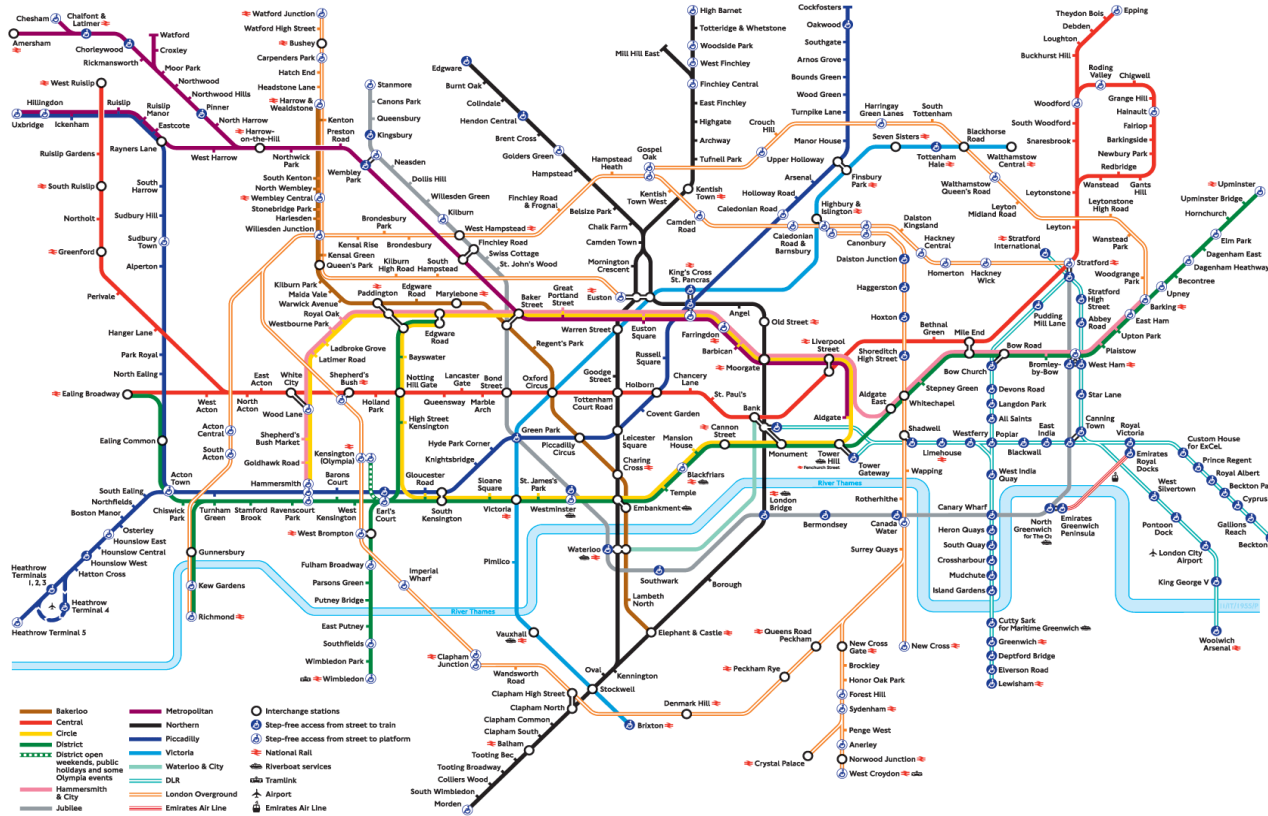
Verdeling Nederlanders 15-80 jaar (13 mln)



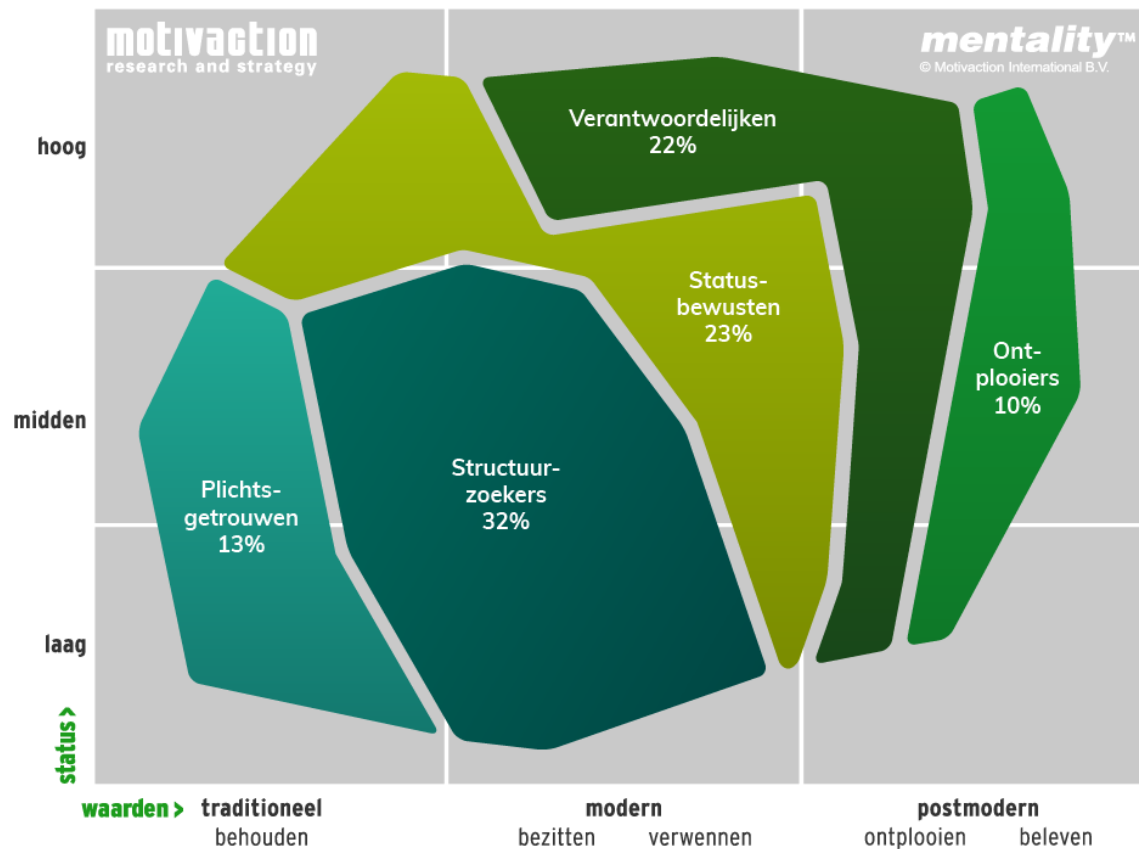
Model



Model



Vijf tinten groener



Waarden



Structuurzoekers



Traditie



Trots



Veilig



Eergevoel



Trouw



Verantwoordelijken



Idealisme



Spiritueel



Fantasierijk



Milieubewust



Gelijkheid

Onderstromen



Structuurzoekers



Fatalisme

het geloof in het bestaan van een onvermijdelijk noodlot en je daarbij neerleggen



Hedonisme

genieten als doel op zichzelf beleven



Nationale trots

trots zijn op de Nederlandse identiteit



Huisvrede

thuis en in de privé-sfeer geborgenheid en ontspanning zoeken.



Verantwoordelijken



Global village

het ervaren van een zekere 'wereldwijde verbondenheid'



Bonte wereld

interesse tonen voor en zijn eigen leven verrijken met gebruiken en gewoonten uit andere culturen



Maatschappij-/Bedrijfsethiek

roepen om grotere betrokkenheid van het bedrijfsleven bij sociale doelen



Tolerantie

het accepteren van en ruimte willen geven aan andere denkbepelden en leefstijlen



Structuurzoekers



Verantwoordelijken



Beïnvloedingstechnieken



Structuurzoekers



Consistency

Het benadrukken van de voordelen van het vasthouden aan een eerder gemaakte keuze



Fear

Benadrukken wat de risico's zijn als iemand niet de juiste keuze maakt



Verantwoordelijken



Metaphors

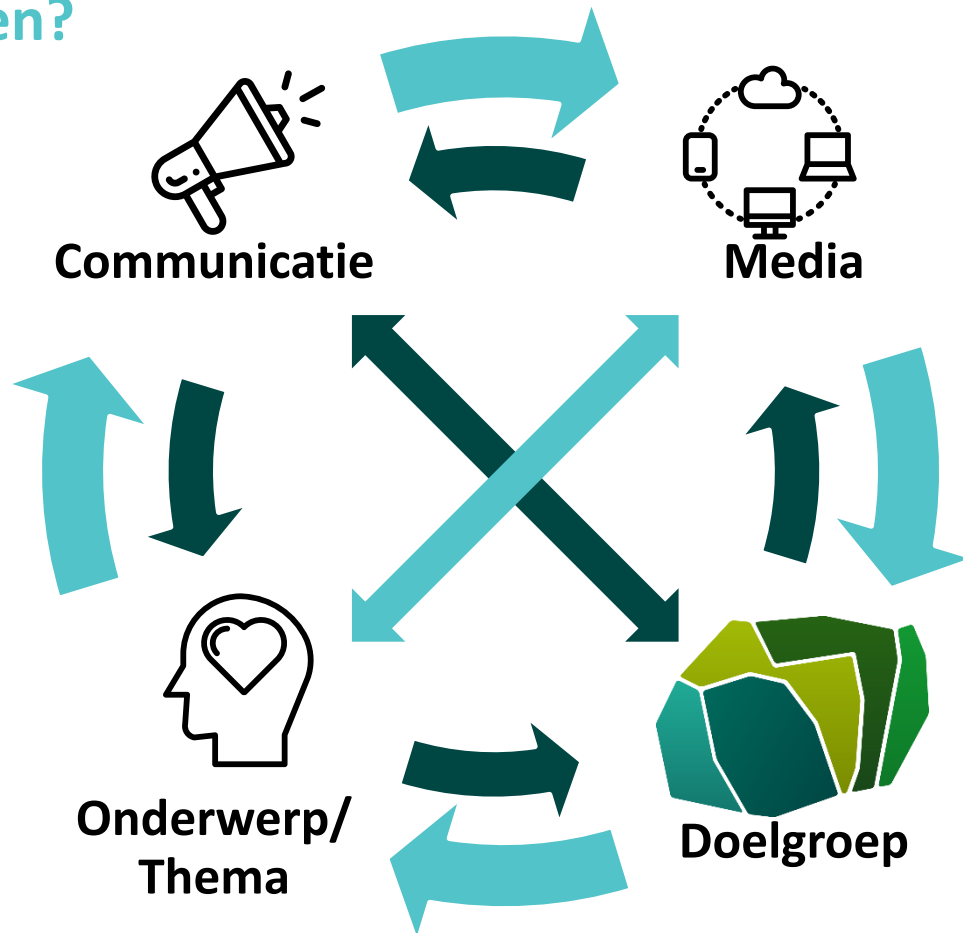
Een beeldend verhaal schetsen door gebruik te maken van metaforen



Disrupt & reframe

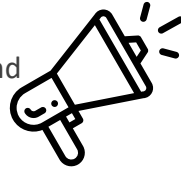
Mensen anders naar een product of dienst laten kijken

Hoe in te zetten?

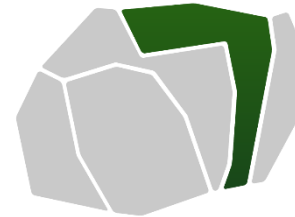


Voorbeeld 1: invalshoek bepalen

- ☐ Wees feitelijk en niet belerend
- ☐ Geef waardering voor duurzaam gedrag
- ☐ Trigger de intrinsieke motivatie en mogelijkheid tot ontplooiën



- ☐ Koplopers op het gebied van een duurzame levensstijl (energie, eten)
- ☐ Eigen bijdrage vanzelfsprekend
- ☐ Zet in op nieuwe ontwikkelingen (trends)



Verantwoordelijken

Voorbeeld 2: nieuw format ontwikkelen

- ☐ Geef garanties en zekerheden
- ☐ Geef het gevoel dat iedereen het al doet
- ☐ Amuseer via humor en inzet van bekende Nederlanders



Spin-off
duurzame
woning



- ☐ Weinig bezig met duurzaamheid
- ☐ Focus op het eigen voordeel (bijv. lagere energiekosten)



Structuurzoekers



Vragen?



Gerard van der Werf

strategy consultant

E G.vanderWerf@motivation.nl

T +31 20 58 98 240



Daan Damen

research consultant

E D.Damen@motivation.nl

T +31 20 58 98 292