

**CITIZEN EN CONSUMER  
ENGAGEMENT EN HET  
ONTWIKKELEN VAN  
SLIMME ENERGIEDIENSTEN**

**ANNEMARIE MINK EN NICOLE DE KONING**

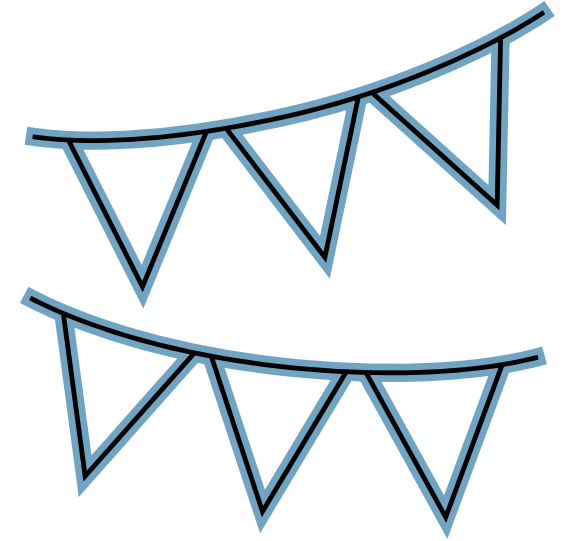


## › WORKSHOP PROGRAMMA

- › 10.30            1. Voorstelrondje
- › 10.40            2. Doelstelling van de workshop
- › 10.45            3. Toelichting op het onderwerp Citizen en Consumer engagement en het ontwikkelen van slimme energiediensten
- › 11.10            4. Uitdagingen
- › 11.20            5. Aan de slag in groepjes
- › 11.45            6. Terugkoppeling
- › 11.55            7. Afsluiting

# › 1. VOORSTELRONDJE

- › Naam
- › Organisatie
- › Wat doe je?



## › 2. DOELSTELLING (1/2)

### WORKSHOP VANDAAG

- › Ontwerp van slimme diensten;
  - › Aandacht voor financiële en/of duurzaamheids-incentives: nog onvoldoende gekeken naar aansluiting bij doelgroepen en mogelijkheden voor groepsincentives
  - › Aandacht voor gedragsverandering en nudging: beperkte mogelijkheden in aanpassingen in gedrag en grotendeels automatische aansturing van slimme energiediensten
- › Doelstelling: ontwerpperspectief voor slimme energiediensten openbreken en introductie van nieuw perspectief; **waardengericht ontwerpen**. En samen hiermee aan de slag.
  - › Aandacht voor mensen in rol van burger en consument (citizen and consumer engagement)
  - › Weg van de gangbare financiële incentives en gedragsveranderingsmethoden.
  - › Meer richting wat burgers en (groepen) consumenten echt belangrijk vinden.

## › 2. DOELSTELLING (2/2)

### WORKSHOP VANDAAG

## Waardengericht ontwerpen

Het verkennen van de psychologische kernwaarden die belangrijk zijn voor mensen, de echte drivers of motivatoren van mensen. Van daaruit kunnen we slimme energiediensten ontwerpen die deze drivers/motivatoren correct adresseren.

## › 3. SLIMME ENERGIEDIENSTEN

### WAT ZIJN HET?

**Slimme energiediensten:** diensten die aangeboden worden aan consumenten om de vraag en/of het aanbod van energie te managen op een manier die voordeel levert voor de consument, de energieleverancier en de netbeheerder.

Mechanismen/instrumenten/hardware die rol spelen:

- Flexmechanismen zoals dynamische tarieven, statische of dynamische profielen, afschakelen (GO-E project)
- Demand – Response instrumenten om vraag en aanbod te sturen (BRIGHT project)
- Hardware ontwikkelingen zoals Home Energy Management Systems (HEMS)

## › 3. SLIMME ENERGIEDIENSTEN WAAROM?

- Voordelen voor consumenten: financieel, duurzaamheid, comfort maar ook breder: 10 waarden van Sheldon (2001) (kijken we straks naar)
- Om flexibiliteit in het netwerk te ontsluiten en congestieproblemen op te lossen (voorbeelden: GO-E project)
- Als activiteit die lokale energy communities op zouden kunnen pakken om eigen doelstellingen te kunnen realiseren (bijv. maximaliseren zelfconsumptie). Voorbeelden: GO-E projecten en Europees project BRIGHT

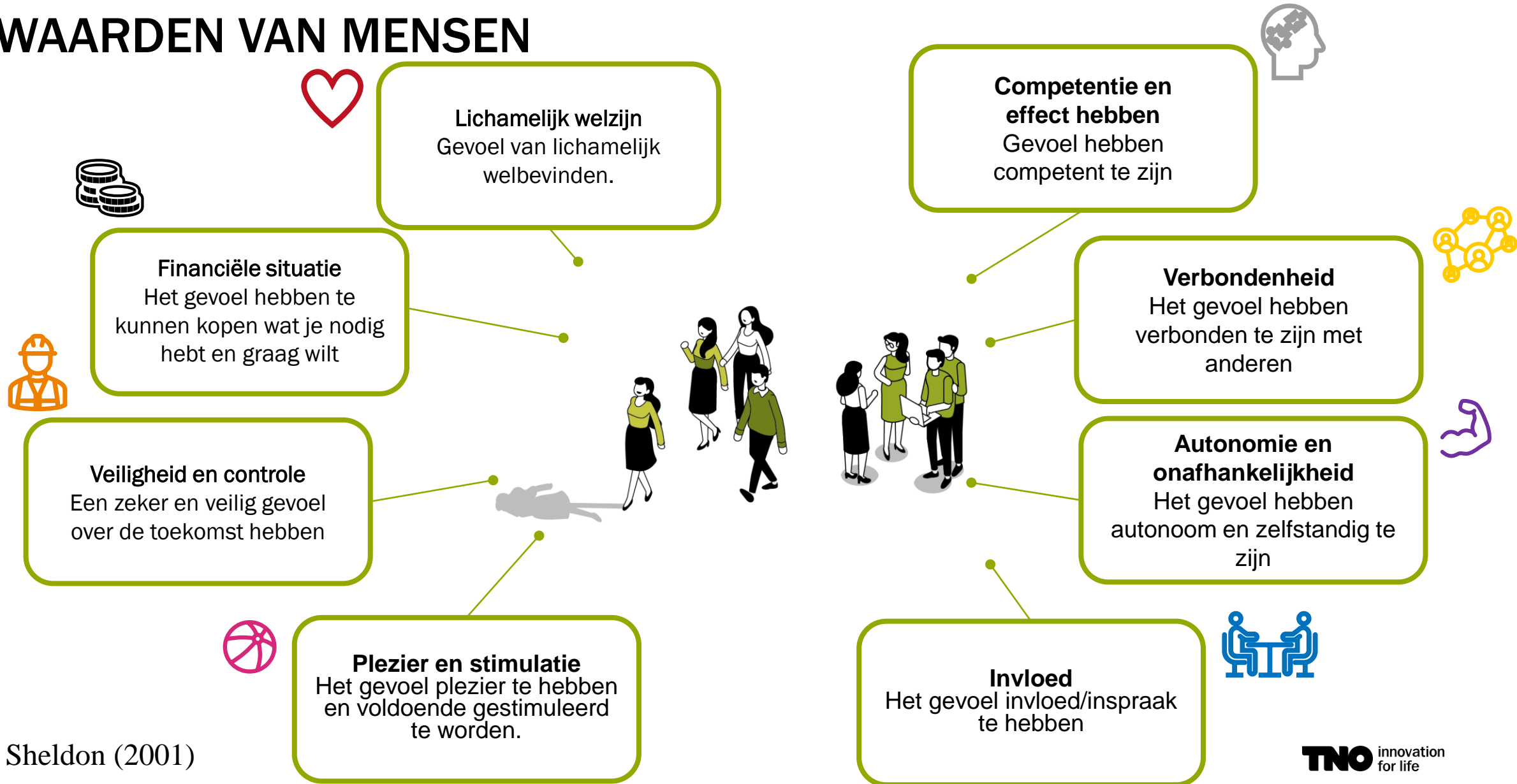
## › 3. WAARDENGERICHTE AANPAK TOEPASSING IN MEERDERE PROJECTEN

- Ontwikkelen van ontwerpmethoden voor slimme energiediensten en in praktijk brengen ervan.
- Vanuit burger of consument perspectief
- Vaak aan de hand van een waardengerichte aanpak zoals het Value-based User eXperience raamwerk (VUX raamwerk) met 10 waarden van Sheldon (2001)
- Projecten: GO-E en BRIGHT



# 3. WAARDENGERICHT ONTWERPEN

## WAARDEN VAN MENSEN



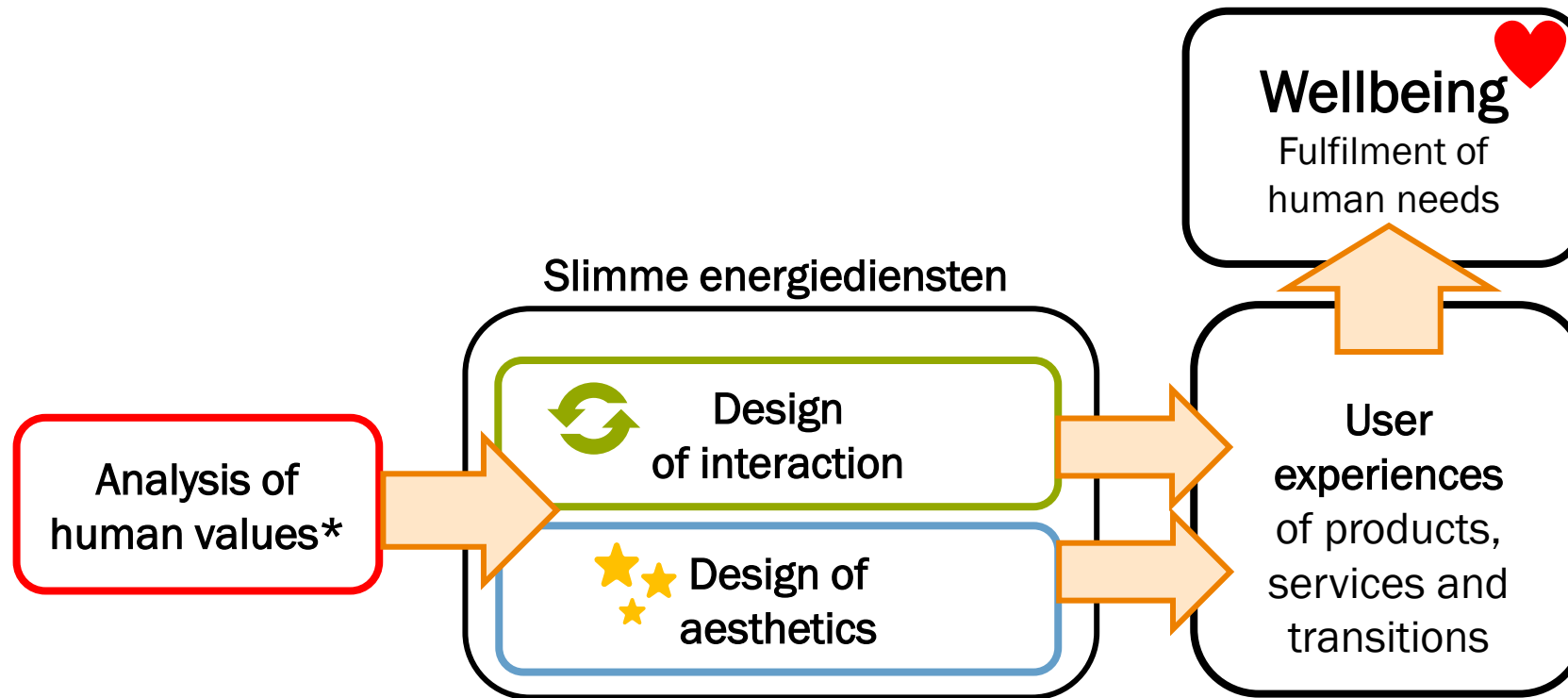
# 3. WAARDENGERICHT ONTWERPEN

## ENERGY COMMUNITIES SPELEN IN OP WAARDEN



# 3. WAARDENGERICHT ONTWERPEN

## VUX (VALUE BASED USER EXPERIENCE) FRAMEWORK



\* Autonomy, competence, relatedness, influence, pleasure and stimulation, safety and security, physical well-being, self-actualization, self-respect, and financial situation/means (Sheldon et al., 2001)

Gullström C, Kort J. Enabling sharing and resource efficiency among neighbours by comparing trust and social cohesion in Sweden and the Netherlands. In: *IWSE 2019*. ; 2019.

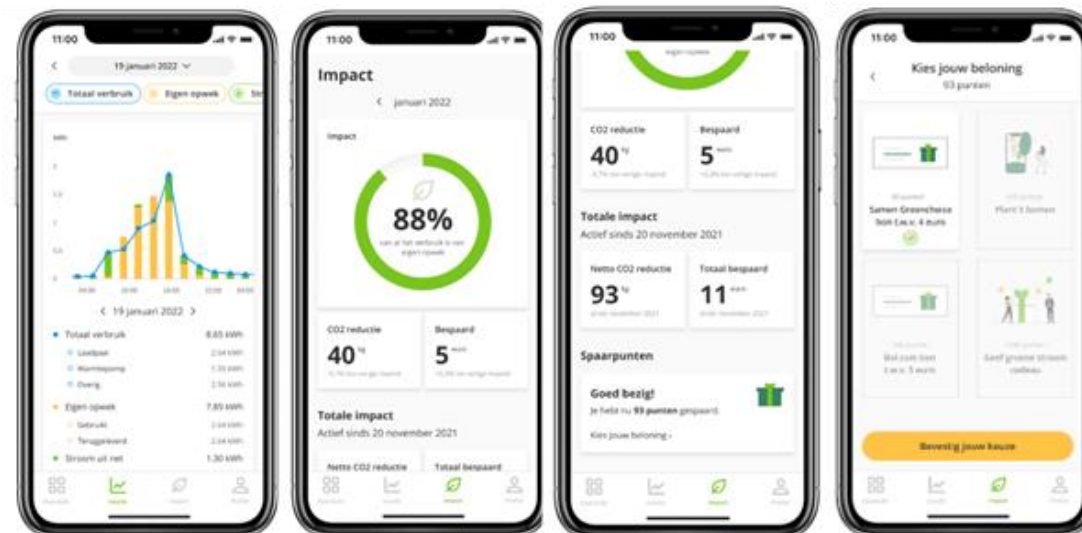
Kort J, Koning N de, Gullström C. Creating successful transitions in energy - By respecting stakeholder values and securing trust and cohesion. In: *Energy-Open 2017*. University of Twente; 2017

# GO-E – GEBOUWDE OMGEVING ELEKTRIFICATIE

## ONTSLUITEN VAN FLEXIBILITEIT



- Onderzoeksvraag: Hoeveel flexibiliteit is er te ontsluiten vanuit consumentenperspectief met PV, warmtepompen, EV en thuisbatterijen?
- Onderzoeksmethoden (onder meer voor de waardenanalyse):
  - Deskresearch
  - Interviews en vragenlijsten in Living Lab(s), oa Living lab Houten
  - Co-creatie sessies volgens de Value Proposition Design methode (Osterwalder)
- Conclusie: in dit specifieke living lab (Donker Groen segment)
  - geen interesse in financiële incentives
  - wel interesse in een aantal kernwaarden zoals **autonomie, competentie in eigen intrinsieke motivatie in praktijk brengen, verbondenheid en lichamelijk en fysiek welzijn.**



Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.



## › BRIGHT (1/2)

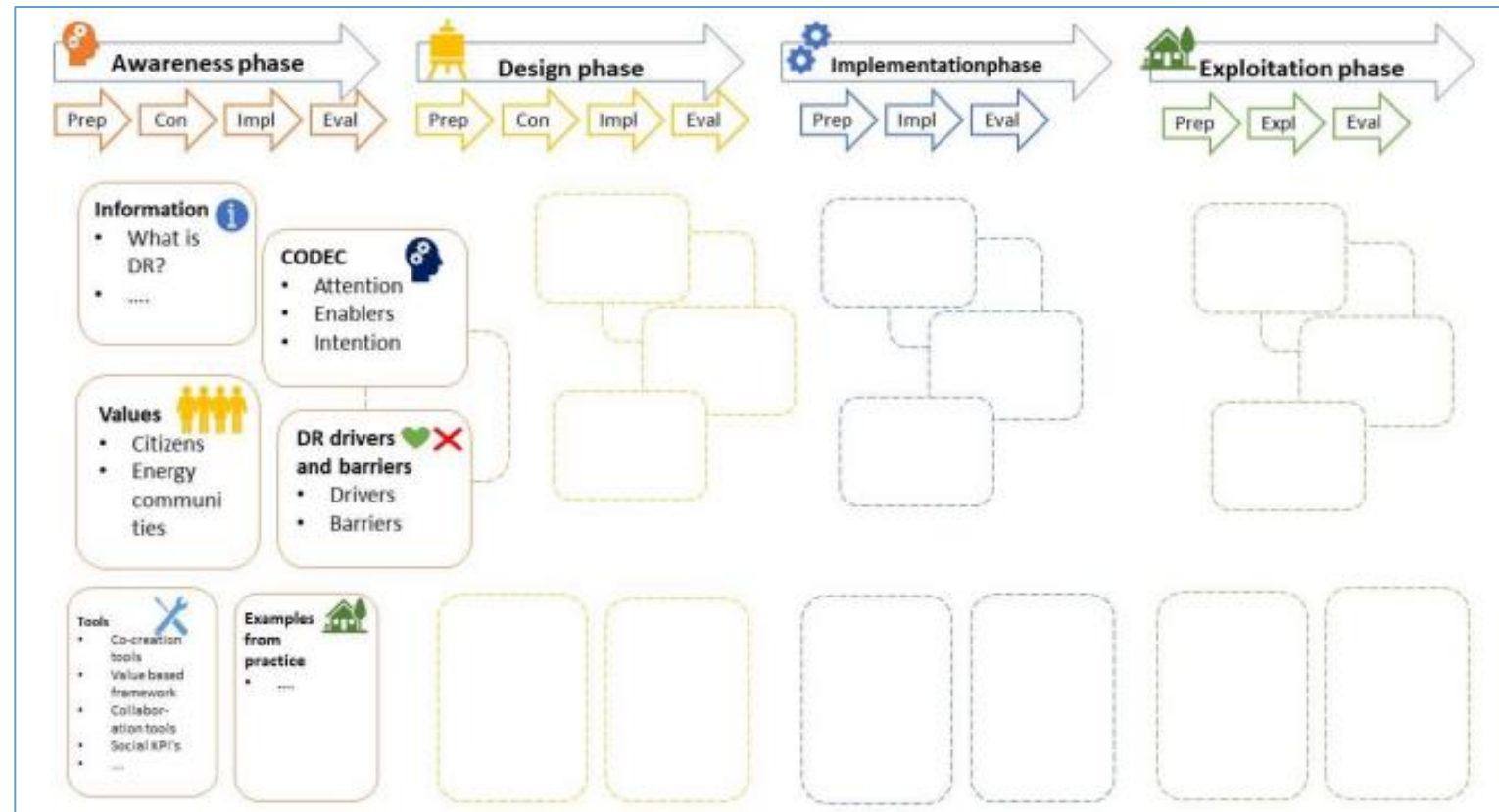
# DEMAND-RESPONSE

- Onderzoeksvraag: Wat zijn de drijfveren en barrières van burgers in de adoptie en het gebruik van Demand-Response instrumenten voor en/of aangeboden binnen energy communities
- Onderzoeksmethoden:
  - Deskresearch
  - Vragenlijst op basis van onder andere waarden in verschillende Europese pilots (geen NL pilot)
- Conclusie:
  - Meest belangrijk: financiële situatie en veiligheid en controle zijn het meest belangrijk in het afwegen EV aan te schaffen. Aanschafprijs van EV is hierbij niet belangrijk, besparing wel (Italië, Terni pilot).
  - Tweede plaats: plezier/stimulatie en lichamelijk welzijn (denk aan: comfort, gemak en plezier).



# › BRIGHT (2/2) DEMAND-RESPONSE

- › Citizen en consumer engagement framework
  - › Vier fasen in demand-response: awareness, design, implementation, exploitation
  - › Stappen en methoden per fase om DR instrumenten te ontwikkelen, samen met consumenten
- › De methoden (inclusief nieuw ontwikkelde methodes) worden toegepast en geëvalueerd



Citizen and consumer engagement framework (concept), Bright

## › **UITDAGINGEN**

### **WELKE WAARDEN KUNNEN EEN ROL SPELEN?**

› Welke uitdagingen kom jij tegen in het ontwerpen van slimme energiediensten?

## › 5. AAN DE SLAG

# WAARDEN-GEBASEERD ONTWERPEN



Verdeel in groepjes (3 a 4 deelnemers per groepje)









Ga met elkaar in gesprek en vul het werkblad in:

1. Kies een uitdaging (5 min)
2. Brainstorm in jouw groepje welke waarden een rol kunnen spelen in de uitdaging en hoe? (individueel en op energy community niveau als er sprake is van een energy community) (10 min).
3. Wat zou je aan consumenten willen vragen of verifiëren? En op welke manier? (5 min).
4. Maak een samenvatting voor de terugkoppeling aan elkaar (5 min).



1. Uitdaging:

2. Waarden:

- Lichamelijk welzijn 
- Competentie en effect hebben 
- Verbondenheid 
- Autonomie en onafhankelijkheid 
- Invloed 
- Plezier en stimulatie 
- Veiligheid en controle 
- Financiële situatie 

Hoe kunnen deze waarden een rol spelen?

3. Wat zou je aan consumenten willen vragen en op welke manier?

## › 6. TERUGKOPPELING AAN ELKAAR

## › 7. AFSLUITING

### TWEEDE TITEL VAN DE DIA

- › Welke twee inzichten neem je mee uit deze workshop?
  
- › Wat ga je hier maandag mee doen?



# › DANKJEWEL!

## TWEEDE TITEL VAN DE DIA

- › Wil je op de hoogte blijven van de projecten? Kijk dan op
  - › [Bright Project](#)
  - › [GO-e onderzoekt energieflexibiliteit in gebouwde omgeving | TNO](#)
  
- › Schrijf je in voor de nieuwsbrief:
  - › [Nieuwsbrief inschrijving - Energy.nl](#)

WIL JE OP DE HOOGT BLIJVEN VAN DE  
PROJECTEN? KIJK DAN OP

[Bright Project](#)

[GO-e onderzoekt energieflexibiliteit in  
gebouwde omgeving | TNO](#)

SCHRIJF JE IN VOOR DE NIEUWSBRIEF:

[Nieuwsbrief inschrijving - Energy.nl](#)

## 2

### The Value Proposition Canvas

Begrijp hoe jouw producten en services waarde creëren voor je klanten

