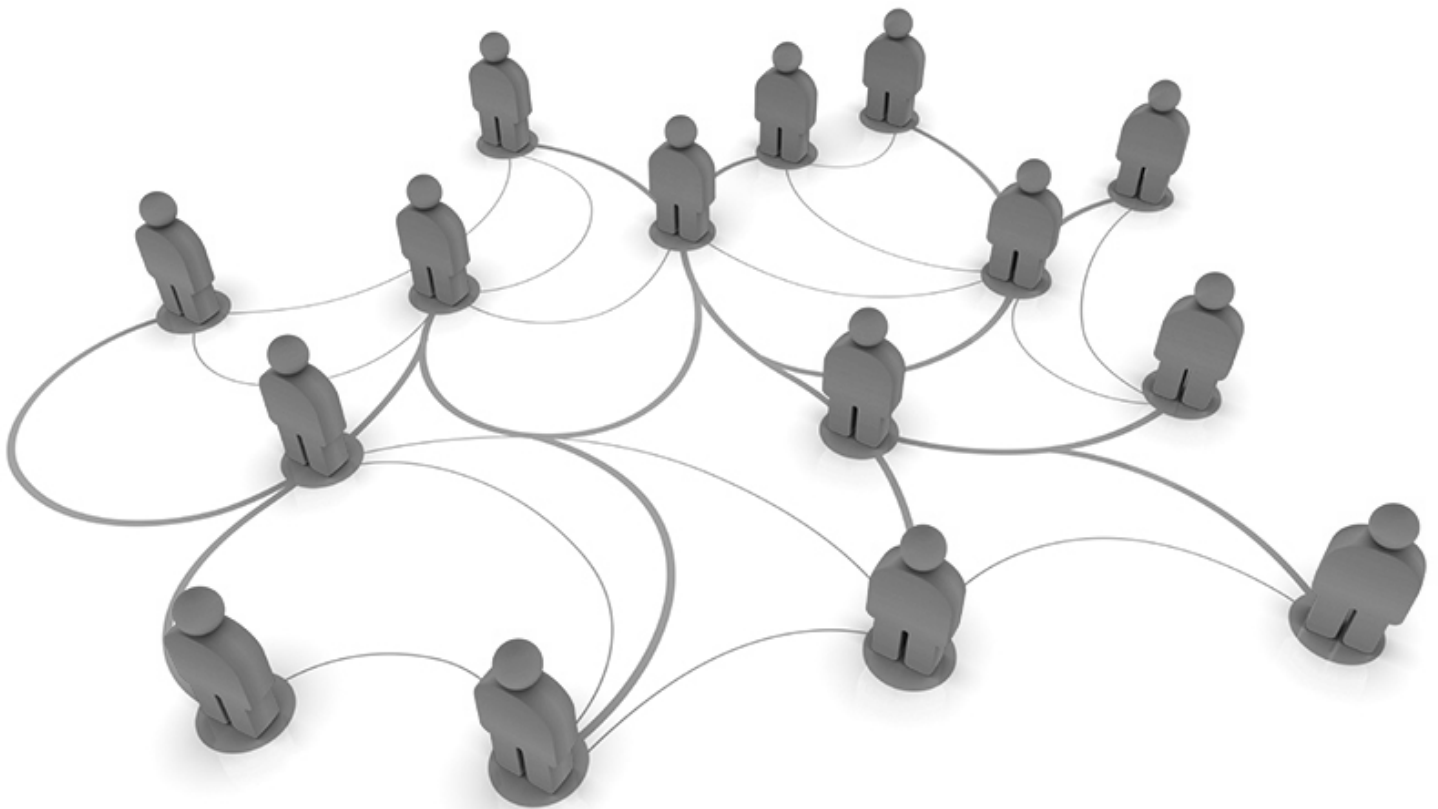




**Hanzehogeschool
Groningen**
University of Applied Sciences

Handleiding Stakeholdersanalyse: Sociaal Netwerkanalyse & Belangenanalyse



share your talent. **move** the world.

Colofon

Groningen, februari 2023

Dr. Sarah Elbert &
Lynette Germes, MSc

Lectoraat Communication, Behaviour & the Sustainable Society
EnTranCe – Centre of Expertise Energy &
Academie voor Sociale Studies
Hanzehogeschool Groningen

Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	4
1.1.	Doelstellingen	4
1.1.1.	Gemeente Aa en Hunze 'Energiebesparing bij minder hoge inkomens' (Stakeholdersanalyse).....	4
1.1.2.	Drentse en Groningse LEI (Sociaal Netwerkanalyse)	4
1.2.	Mogelijke onderzoeksvragen	5
1.2.1.	Gemeente Aa en Hunze 'Energiebesparing bij minder hoge inkomens'	5
1.2.2.	Drentse en Groningse LEI.....	5
2.	Sociaal Netwerkanalyse	6
2.1.	Voorbeelden interviewvragen	6
2.1.1.	Drentse en Groningse LEI	6
2.2.	Sociaal netwerkanalyse – Gephi en NodeXL	7
2.3.	Sociaal netwerkanalyse – kwalitatief	10
3.	Belangenanalyse	11
3.1.	Aandachtspunten stakeholdersanalyse	11
3.2.	Voorbeeld interviewvragen	11
3.3.	Belangenanalyse	12

1. Inleiding

Deze handleiding ‘Stakeholdersanalyse: Sociaal Netwerkanalyse & Belangenanalyse’ is geschreven in het kader van het project ‘Energie in de wijk: Regiodeal Zuidoost-Friesland’. Het vormt onderdeel van fase 1 zoals uitgevoerd in werkpakket 4 waarin het gaat over participatietrajecten in de wijk. Deze handleiding behoort tot het beschikbare materiaal voor een dergelijk participatietraject. De inhoud is gebaseerd op ervaringen van eerdere projecten uitgevoerd door het lectoraat Communication, Behaviour & the Sustainable Society. In dit hoofdstuk staan voorbeelden van doelstellingen en mogelijke onderzoeksvragen die aanleiding geven voor het uitvoeren van een stakeholdersanalyse.

4

Het project Regiodeal Zuidoost-Friesland betreft een samenwerking met vijf verschillende gemeenten waarbij het gaat om het verkrijgen van inzichten in enerzijds de (on)mogelijkheden van een gemeente om bewonersinitiatieven te faciliteren en anderzijds in de participatiemogelijkheden bij de energietransitie bij energieopslag in een woonwijk en verduurzaming van woningen. Er wordt toegewerkt naar een gemeentelijke beslisboom en een toolbox die door andere gemeenten gebruikt kan worden om bewonersinitiatieven te faciliteren. Er wordt zowel vanuit technisch, economisch, juridisch als sociaal oogpunt aan deze beslisboom en toolbox gewerkt, waarbij hier het sociale perspectief (oftewel werkpakket 4) centraal staat. In fase 1 van het onderzoek wordt een sociale verkenning uitgevoerd binnen een bepaalde casus, bestaande uit een sociaal netwerkanalyse en belangenanalyse. Deze analyses zijn vaak een eerste stap in het ontwikkelen van een participatieaanpak. Het doel van een stakeholdersanalyse is namelijk het in kaart brengen van belangrijke partijen/organisaties en hun onderlinge contacten. Er wordt gekeken wat de belangen, wensen en zorgen van verschillende stakeholders zijn en of alle relevante stakeholders al in beeld zijn. Welke partijen kunnen een bijdrage leveren aan het planproces en/of uitvoeringsproces? Is er wellicht een groep die niet meedoet en ofwel betrokken of gerepresenteerd dient te worden (denk bijvoorbeeld aan het betrekken van sociaal maatschappelijke organisaties)?

Een stakeholdersanalyse bestaat uit twee onderdelen. Het eerste onderdeel is het maken van een sociaal netwerkanalyse (Hoofdstuk 2). Deze analyse kan als losstaand onderdeel uitgevoerd worden. Indien er behoefte is aan een ketenregie, dan zou het wenselijk kunnen zijn om een belangenanalyse (Hoofdstuk 3), het tweede onderdeel van de stakeholdersanalyse, uit te voeren.

1.1. Mogelijke doelstellingen

Hieronder staan twee voorbeelden van doelstellingen van eerder uitgevoerde onderzoeken binnen het lectoraat.

1.1.1. Gemeente Aa en Hunze proeftuin ‘Energiebesparing bij minder hoge inkomen (stakeholdersanalyse)’

Het doel van dit onderzoek was om de uitgangspositie van huishoudens met een minder hoog inkomen in het kader van de energietransitie vast te stellen. Het ging hierbij om het in kaart brengen van de verschillende partijen waarmee ze in contact staan en de relatie van die partijen tot het project, als ook om de behoefte aan ondersteuning van de doelgroep en de mogelijkheden daartoe.

1.1.2. Drentse en Groningse LEI (Sociaal Netwerkanalyse)

Het doel van deze onderzoeken was om in kaart te brengen hoe het sociale netwerk in elkaar zit van *alle* lokale energie initiatieven in Groningen en Drenthe, inclusief de erbij betrokken partijen. Op basis van het onderzoek werd gestreefd naar een volledig overzicht van de lokale energietransitie in de provincie Groningen en Drenthe. Belangrijke spelers in de lokale energietransitie, wat deze spelers beogen te bereiken en met wie ze hun doelen proberen te bereiken, werden in kaart gebracht. Daarnaast werd gekeken naar welke ondersteunende partijen betrokken waren bij de initiatieven, wie met wie informatie deelt en wie (welke) ondersteuning vraagt en ontvangt van wie. Ook werd gevraagd naar de verwachtingen met betrekking tot ondersteuning van deze partijen.

1.2. Mogelijke onderzoeksvragen

Hieronder zijn voorbeelden te vinden van mogelijke onderzoeksvragen voor een sociaal netwerkanalyse en/of stakeholdersanalyse.

1.2.1. Gemeente Aa en Hunze proeftuin 'Energiebesparing bij minder hoge inkomens

Hoofdvraag: "Op welke manier kunnen we binnen de gemeente Aa en Hunze de groep van minder hoge inkomens laten meedoen in de energietransitie?"

Deelvragen:

- Wie verstaan we onder de groep van minder hoge inkomens?
- Hoe kunnen we de groep van minder hoge inkomens binnen de gemeente Aa en Hunze bereiken?
- Welke partijen staan in contact met deze doelgroep?

1.2.2. Drentse en Groningse LEI

Hoofdvraag: "Hoe ziet de lokale energietransitie eruit in de provincie Groningen/Drenthe?"

Deelvragen:

- Hoe ziet het sociale netwerk eruit van de lokale energie initiatieven?
- Wie zijn de spelers in de lokale energietransitie in de provincie Groningen/Drenthe?
- Welke organisaties zijn er bij de initiatieven betrokken?
- Hoe verloopt het contact met deze organisaties?
 - Wat gaat er goed in het contact of samenwerking met de organisatie?
 - Wat gaat niet goed in het contact of samenwerking met de organisatie?
 - Wat kan de organisatie doen om het initiatief te bevorderen?
 - Wat verwachten lokale energie initiatieven van deze organisaties?

2. Sociaal Netwerkanalyse

Het doel van een sociaal netwerkanalyse is het in kaart brengen van het sociale netwerk van een bepaalde doelgroep (bijvoorbeeld lokale energie initiatieven of mensen met een lage SES) en/of op basis van een bepaald thema (bijvoorbeeld duurzaamheid of energietransitie). Belangrijke partijen die betrokken zijn bij de doelgroep worden geïdentificeerd. Het sociaal netwerk wordt visueel gemaakt met behulp van een programma zoals Gephi of NodeXL om bijvoorbeeld in kaart te brengen welke partijen veel invloed hebben en welke clusters geïdentificeerd kunnen worden. Daarnaast kunnen met behulp van kwalitatief onderzoek de onderlinge relaties verder onderzocht worden.

6

2.1. Voorbeelden interviewvragen

Een sociaal netwerk wordt vaak vanuit een bepaalde doelgroep opgesteld (bijvoorbeeld lokale energie initiatieven of mensen met een lage SES). Aan de doelgroep wordt gevraagd met welke organisaties, partijen, instanties en/of mensen ze contact hebben en hoe ze het contact evalueren. Een sociaal netwerkanalyse is vaak een onderdeel van een groter onderzoek. Hieronder staat een aantal voorbeeld interviewvragen die alleen betrekking hebben op het onderdeel sociaal netwerkanalyse. De interviewvragen die gebruikt zijn binnen het Regiodeal project zijn als aparte bijlagen beschikbaar gemaakt in de context van het project.

2.1.1. Drentse en Groningse LEI

- Zijn er organisaties /instanties binnen het dorp bij het initiatief betrokken?
 - U heeft aangegeven dat (het aangegeven initiatieven) betrokken is; op welke manier is deze organisatie/instantie betrokken?
 - Waarvoor heeft u de organisatie/instantie betrokken?
 - Hoe vaak heeft u contact met hen?
 - Hoe verloopt het contact met hen?
- Zijn er nog andere instanties binnen het dorp betrokken? Bijvoorbeeld een school, kerk, sportgroepen, bedrijven of Dorpsbelangen. (Sluiten ze aan op sociale groepen?)
 - Waarvoor heeft u de organisatie/instantie betrokken?
 - Hoe vaak heeft u contact met hen?
 - Hoe verloopt het contact met hen?
- Zijn er nog andere organisaties /instanties bij het initiatief betrokken?
 - U heeft aangegeven dat (het aangegeven initiatief) betrokken is; op welke manier is deze organisatie/instantie betrokken?

In beide provincies is specifiek gevraagd naar het contact met bepaalde organisaties waarvan werd verondersteld dat ze belangrijke partijen zijn binnen de lokale energietransitie, namelijk: Gemeente, Provincie, GrEK/Drentse KEI, NMF, Buurkracht, Enexis en andere lokale initiatieven.

Voorbeeld van vragen over de gemeente en andere lokale initiatieven:

- Is de gemeente bij het initiatief betrokken?
 - Indien ja: hoe, op wat voor een manier? (Positief/negatief)
 - Waarvoor heeft u de gemeente betrokken?
 - Hoe vaak heeft u contact met de gemeente?
 - Hoe verloopt het contact met de gemeente?
 - Welke informatie wordt nu uitgewisseld met de gemeente?
 - Indien nee: wat is de reden? Wanneer zou u wel de gemeente wel bij uw initiatief betrekken?
 - Wat verwacht u van de gemeente? Hoe zou de gemeente betrokken moeten zijn? Wat zou de gemeente kunnen doen om het initiatief te bevorderen?

- Is er contact met andere initiatieven?
 - Waar treft u andere initiatieven?
 - Welke informatie wordt uitgewisseld met andere initiatieven?

2.2. Sociaal netwerkanalyse – Gephi en NodeXL

Voor het visueel maken van een sociaal netwerkanalyse maken we gebruik van programma's zoals Gephi of NodeXL. Hieronder zal eerst een stappenplan voor het programma Gephi worden gepresenteerd, waarna NodeXL volgt. Gephi is te downloaden via: <https://gephi.org/>. Om een netwerk te maken moeten alle personen/organisaties/instanties en hun onderlinge relaties ingevoerd worden. Het is handig om eerst twee overzichten in Excel te maken, omdat Excel hierbij makkelijker werkt dan Gephi, en ze daarna te uploaden in Gephi.

Het eerste overzicht is een lijst van alle personen/organisaties/instanties uit het sociale netwerk. Dit zijn de 'Nodes'. 7

Het overzicht bestaat uit vier kolommen: 'id', 'label', 'timeset' en 'type', zie voor een voorbeeld Figuur 1.

	A	B	C	D
1	id	label	timeset	type
2	1	Lokaal initiatief 1		1
3	2	Lokaal initiatief 2		3
4	3	Lokaal initiatief 3		5
5	4	Lokaal initiatief 4		2
6	5	Ondersteunende partij 1		10
7				

Figuur 1: Voorbeeld overzicht 'Nodes'

Id: dit is een nummer die wordt toegekend aan een node vergelijkbaar met een proefpersoon nummer. Id's worden bij de 'edges' gebruikt om de onderlinge relaties aan te geven. Zowel de geïnterviewde respondenten als de betrokken personen/instanties/organisaties komen in deze lijst te staan.

Label: in deze kolom komen de namen te staan van de node. Deze namen worden ook weergegeven in het sociaal netwerk.

Timeset: hoeft niet ingevuld te worden.

Type: de nodes kunnen ingedeeld worden in een bepaalde categorie. Voor de Groningse LEI zijn er twee nodes overzichten gemaakt op basis van gemeenten (zie Figuur 3) en type organisatie (zie Figuur 4). Voorbeeld: 1 = gemeente A, 2 = gemeente B, etc. of 1 = lokaal initiatief, 2 = gemeente, 3 = ondersteunende partij, 4 = kennisinstelling, etc. De betekenis van de cijfers moeten in een apart overzicht bewaard worden. In het sociale netwerk kunnen de verschillende typen een eigen kleur krijgen om het netwerk overzichtelijker te maken, zie Figuur 3.

Het tweede overzicht is een lijst van alle onderlinge relaties tussen de verschillende nodes. Dit zijn de 'Edges'. Dit overzicht bestaat uit zeven kolommen, zie voor een voorbeeld Figuur 2.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Source	Target	Type	id	label	timeset	weight
2	1	2	Undirected	0			1.0
3	1	3	Undirected	1			1.0
4	2	4	Undirected	2			1.0
5	2	5	Undirected	3			1.0
6	3	1	Undirected	5			1.0
7							

Figuur 2: Voorbeeld overzicht 'Edges'

Source: dit is de node die heeft aangegeven contact te hebben met een andere node. De cijfers die hiervoor gebruikt worden komen uit de kolom 'id' van de nodes.

Target: dit is de node waar de source contact mee heeft. De cijfers die hiervoor gebruikt worden komen uit de kolom 'id' van de nodes.

Type: dit geeft de directie van de relatie weer. Undirected betekent dat het contact beide kanten op gaat. Wanneer er bijvoorbeeld specifiek wordt gekeken naar het delen van informatie (wie deelt informatie en wie ontvangt informatie), dan gaat het om een Directed relatie.

Id: dit is een nummer die wordt toegekend aan de relatie, vergelijkbaar met een proefpersoon nummer.

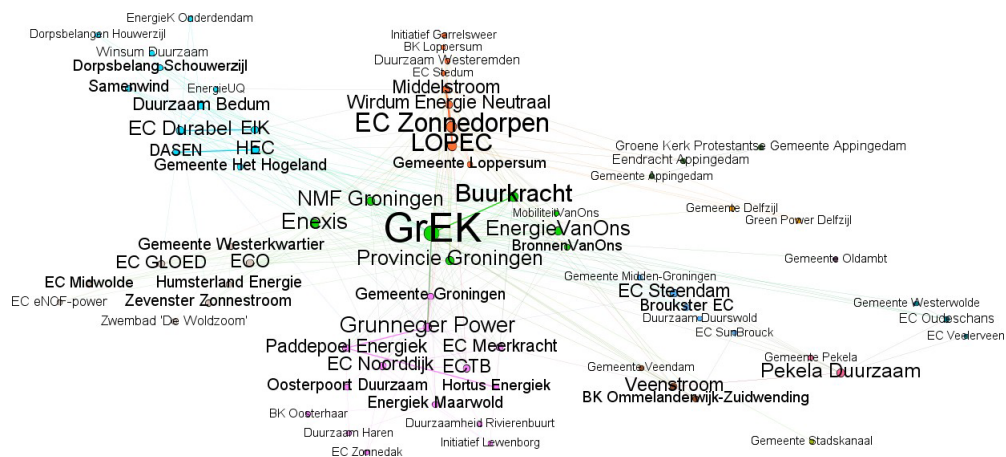
Label en timeset: hier maken we geen gebruik van.

Weight: deze laten we standaard op 1.0 staan.

8

Zie voor verdere instructies voor het programma: <https://gephi.org/users/>

Hieronder zijn twee voorbeelden te vinden van hoe je een sociaal netwerk kan weergeven. Voor beide netwerken geldt dat er voor de nodes en edges verschillende overzichten gemaakt moeten worden. In Figuur 3 zijn de initiatieven gegroepeerd op basis van de gemeente waarbinnen ze actief zijn. De 'type' van de nodes gaan over de gemeente waar ze bij horen. In Figuur 3 is te zien dat iedere gemeente een eigen kleur heeft. In Gephi, kunnen de verschillende nodes verplaatst worden. Er is geprobeerd om in dit sociaal netwerk de nodes te plaatsen op geografische ligging. Wanneer de kaart van de provincie Groningen achter het netwerk wordt gelegd, komt dit enigszins overeen met de daadwerkelijke ligging van de gemeente binnen de provincie. Dit netwerk laat zien in welke gemeenten de initiatieven zich bevinden en in welke gemeenten niet.



Figuur 3: Sociaal Netwerkanalyse Groningse LEI gegroepeerd op basis van gemeente

In Figuur 4 is een netwerk te zien waarin er geen onderscheid is gemaakt tussen de verschillende gemeenten in de provincie, maar worden de verschillende gemeenten als één organisatie gezien. Dit netwerk geeft een beeld met welk soort organisatie de initiatieven het meeste contact hebben.



Figuur 4: Sociaal Netwerkanalyse Groningse LEI op basis van soort organisatie

9

NodeXL werkt op een soortgelijke manier als Gephi, maar is iets gebruiksvriendelijker. NodeXL Basic kan worden gedownload als Add-in voor Excel en kan gevonden worden via <https://smrfoundation.org/nodexl/> waarbij via het menu NodeXL – get NodeXL een link voor het Excel template staat. Via de website wordt eerst om enkele informatie ter registratie gevraagd. Via het tabblad NodeXL Basic in Excel zijn de benodigde functies beschikbaar om het sociaal netwerk te maken. Het template zelf bestaat al uit meerdere tabbladen: Edges – Vertices – Groups – Group Vertices – Overall Metrics.

Op het eerste tabblad (Edges) worden de onderlinge relaties weergegeven, dit is vergelijkbaar met het programma Gephi. In Figuur 5 is een overzicht te vinden van dit tabblad.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	N	O
1			Visual Properties					Labels			Other Columns	
2	Vertex 1	Vertex 2	Color	Width	Style	Opacity	Visibility	Label	Label Text	Label Font	Add Your Own	
3	Organisatie 1	Organisatie 2									Columns Here	
4	Organisatie 1	Organisatie 3										
5	Organisatie 1	Organisatie 4										
6	Organisatie 2	Organisatie 1										
7	Organisatie 2	Organisatie 4										
8	Organisatie 3	Organisatie 4										
9	Organisatie 4	Organisatie 1										
10												

Figuur 5: Voorbeeld tabblad 'Edges' van NodeXL

Vertex 1: de term vertex is vergelijkbaar met de term node. In deze kolom wordt de persoon/organisatie weergegeven die heeft aangegeven contact te hebben met een andere persoon/organisatie (Vertex 2).

Vertex 2: dit is de persoon/organisatie waarmee Vertex 1 contact heeft.

Note: Het is belangrijk dat dezelfde naam voor één organisatie wordt gebruikt. Stel je gebruikt de ene keer NMF Drenthe en de andere keer Natuur- en Milieufederatie Drenthe, dan worden deze namen als twee aparte organisaties gezien in het tabblad (Vertices).

Visual Properties: de kolumnen die behoren tot de visual proprtities hoeven niet aangepast te worden, wanneer er geen onderscheid tussen de verschillende relaties gemaakt wordt.

Color: in deze kolom kan een kleur worden toegekend aan de verschillende relaties.

Width: met een cijfer tussen de 1 en 10 kan in deze kolom de dikte van de lijn die de relatie weergeeft aangepast worden.

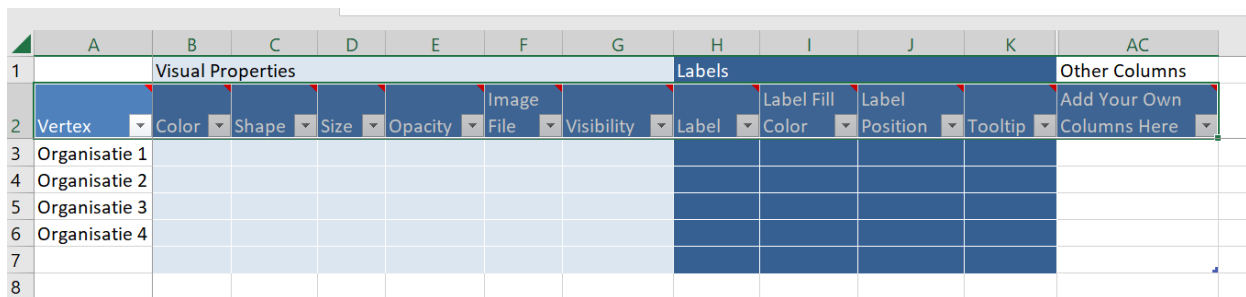
Style: door middel van deze kolom kan de stijl van de lijn aangepast worden, zo kan er bijvoorbeeld gekozen worden voor een stippellijn.

Opacity: door middel van een cijfer tussen de 0 en 100 kan de transparantie van de lijn worden aangepast.

Visibility: hiermee kan men ervoor kiezen om een lijn niet zichtbaar in het netwerk te maken.

Labels: de kolumnen die behoren bij labels worden door ons niet ingevuld.

Wanneer na het invoeren van het eerste tabblad op de knop 'Refresh Graph' gedrukt wordt, dan worden alle personen/organisaties automatisch ingevuld op het tweede tabblad (Vertices). In Figuur 6 is een overzicht te vinden van dit tabblad.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	AC
1		Visual Properties						Labels				Other Columns
2	Vertex	Color	Shape	Size	Opacity	Image	Visibility	Label	Label Fill	Label	Tooltip	Add Your Own Columns Here
3	Organisatie 1											
4	Organisatie 2											
5	Organisatie 3											
6	Organisatie 4											
7												
8												

Figuur 6: Voorbeeld tabblad 'Vertices' van NodeXL

Vertex: in deze kolom worden alle namen van personen of organisaties genoemd. Dit gebeurt automatisch wanneer het tabblad 'Edges' is ingevuld.

Visual Properties: de kolumnen die behoren tot de visual properties hoeven niet aangepast te worden, wanneer er geen onderscheid tussen de verschillende vertices gemaakt wordt.

Color: in deze kolom kan de kleur van de naam en 'shape' van de persoon/organisatie aangepast worden.

Shape: het figuur bij de naam in het netwerk kan door middel van deze kolom aangepast worden. Er kan bijvoorbeeld gekozen worden voor een driehoek of vierkant.

Size: hier kan de grootte van de 'shape' aangepast worden.

Opacity: door middel van een cijfer tussen de 0 en 100 kan de transparantie van de naam en 'shape' worden aangepast.

Image file: deze kolom wordt door ons niet gebruikt.

Visibility: hiermee kan men ervoor kiezen om een naam niet zichtbaar in het netwerk te maken.

Labels: met behulp van deze kolumnen wordt de weergave van de namen bepaald.

Label: dit is de naam van de persoon/organisatie zoals het wordt weergegeven in het sociaal netwerk. De namen uit de kolom Vertex kunnen gekopieerd worden naar deze kolom.

Label Fill Color: deze kolom wordt door ons niet gebruikt.

Label Position: het kan soms mooier zijn om de positie van de naam aan te passen, omdat bijvoorbeeld de naam niet zichtbaar is vanwege de lijnen die er doorheen lopen. Met deze kolom kan de naam bijvoorbeeld boven de 'shape' worden gezet.

Tooltip: deze kolom wordt door ons niet gebruikt.

In het hoofdmenu bovenin het scherm kunnen enkele instellingen worden aangepast, bijvoorbeeld of het een undirected (zonder pijlen) of directed (inclusief pijlen gericht van de ene naar de andere partij) figuur dient te zijn. Ook is daar een button te vinden met 'refresh graph': door hier op te klikken worden de opgegeven relaties visueel gepresenteerd in een sociaal netwerk. Wanneer er in een van de tabbladen aanpassingen worden gedaan, dan wordt door middel van de knop 'refresh graph' de wijzigingen zichtbaar.

Het is vaak een kwestie van 'trial and error' om bekend te raken met dergelijke programma's. In NodeXL wordt overigens niet automatisch de grootte van de 'node' (een specifieke partij) aangepast al naar gelang hoe vaak deze

voorkomt in het netwerk. Dit is iets wat handmatig kan worden aangepast, bijvoorbeeld aan de hand van de input verkregen uit de 'graph metrics' waarbij deze informatie wordt gegeven. Het is dan aan de onderzoeker zelf om te bepalen in welke verhoudingen de verschillende partijen het beste kunnen worden weergegeven. Er kan ten slotte ook worden gewerkt met subgroepen binnen het sociaal netwerk, waarbij kan worden aangegeven welke partijen bij een bepaalde groep horen (bijvoorbeeld sociaal maatschappelijke of gemeentelijke instellingen).

Voor meer informatie over het programma en de mogelijkheden, zie: <https://www.smrfoundation.org/nodex/>

2.3. Sociaal netwerkanalyse – kwalitatief

Een sociaal netwerk visueel maken geeft een goed beeld van alle betrokken organisaties bij een bepaalde doelgroep. Het geeft alleen een overzicht van de onderlinge relaties, maar het zegt niets over de evaluatie van het contact. Met de aanvullende vragen uit het interview kan deze informatie geanalyseerd worden. De extra informatie kan gaan over de volgende dingen: evaluatie contact, frequentie contact, inhoud van het contact, verwachtingen van het contact, verbeterpunten, etc.

3. Belangenanalyse

In sommige projecten wordt er naast een sociaal netwerkanalyse ook een belangenanalyse uitgevoerd (soms ook wel krachtenveldanalyse genoemd), vaak in het geval van ketenregie of mogelijke samenwerkingen. Binnen de Regiodeal (fase 1) is dit het geval geweest, maar ook het project in de gemeente Aa en Hunze is hier een goed voorbeeld van. Er werd hier onder andere gekeken welke organisaties de doelgroep van minder hoge inkomens konden ondersteunen bij energiebesparing.

Het doel van een belangenanalyse is om inzichtelijk te maken welke posities organisaties kunnen innemen ten opzichte van het project of samenwerking: staan de organisaties bijvoorbeeld positief ten opzichte van het project of zijn het organisaties die mogelijk het project kunnen tegenwerken. In tegenstelling tot de sociale netwerkanalyse, waarbij er vanuit de doelgroep wordt gekeken, wordt bij een belangenanalyse gekeken naar de organisaties die contact hebben met de doelgroep of met het thema van het project/samenwerking. Welke belangen een organisatie heeft bij het project en hoeveel invloed een organisatie heeft zijn twee belangrijke componenten van de stakeholdersanalyse.

11

3.1. Aandachtspunten stakeholdersanalyse

Voor de stakeholdersanalyse worden belangrijke organisaties uit het sociaal netwerk van de doelgroep geïnterviewd. Daarnaast wordt er binnen de omgeving (bijvoorbeeld het dorp) gekeken naar organisaties die vanwege het thema bij het project betrokken kunnen worden, maar nog geen contact hebben met de doelgroep. Voorbeeld: een lokaal initiatief heeft vaak nog geen contact met de doelgroep mensen met een lage SES, maar ze zouden vanwege hun kennis over de energietransitie wel betrokken kunnen worden bij het project.

Bij het afnemen van de interviews is het belangrijk om te weten welke invloed de organisatie als geheel heeft op de doelgroep, maar het is ook belangrijk om te weten hoeveel invloed de geïnterviewde heeft binnen het bedrijf. Voorbeeld: de geïnterviewde vindt duurzaamheid heel belangrijk, maar de organisatie hecht er niet zoveel waarde aan, dan is de kans groot dat de organisatie niet mee kan of wil werken aan het project.

3.2. Voorbeeld interviewvragen

- In het kort, zou u iets over de organisatie kunnen vertellen?
- Wat zijn de doelen van de organisatie?
- Wat is uw functie binnen de organisatie?
- Hoe belangrijk is het thema 'duurzaamheid' voor de organisatie? En de energietransitie?
- Zijn jullie op dit moment of waren jullie betrokken bij de doelgroep? Zo ja, op welke manier?

- Indien de organisatie bekend is met de doelgroep:

- Wat is/was de relatie tussen uw bedrijf en de doelgroep?
- Benadering/werkvorm richting de doelgroep? Bijv. 1 op 1, groepsbenadering, etc.
 - Voorbeelden?
- Is de doelgroep volgens u bezig met duurzaamheid? Waarom wel/niet?
 - Doorvragen met betrekking tot de energietransitie.
- Hoe zou de doelgroep betrokken kunnen worden bij de energietransitie?
- Met welke organisaties die betrokken zijn bij de doelgroep, hebben jullie contact (gehad)?
- Per organisatie vragen:
 - Hoe vaak is er contact (geweest)? (Bv. Per week/maand/jaar/eenmalig)
 - Wat is het doel van het contact?/ Wat is het belang van het contact?
 - Hoe zou u de kwaliteit omschrijven van de samenwerking?
 - Wat gaat er goed in de samenwerking? Wat gaat er niet goed in de samenwerking? Voorbeelden? Wat is de oorzaak?
- Met welke organisaties hebben jullie nog geen contact, maar waarmee contact wel wenselijk is?
 - En waarom?
- Als je alle organisaties rondom de doelgroep als netwerk opvat, is er of zijn er dan een of meerdere organisatie(s) die een regierol vervullen?
- Welke organisatie(s) hebben het meest contact met (verschillende subgroepen) de doelgroep?
- Peilen wat de mogelijke betrokkenheid kan zijn van de organisatie bij het project.
- Uitleg over het project
 - Hoe kijkt u als organisatie naar dit project?
- Heeft u adviezen voor ons met betrekking tot dit project? Zijn er dingen waar we rekening mee moeten houden?
- Zou uw organisatie op een bepaalde manier betrokken willen zijn bij het project?
- Zou u op de hoogte willen blijven over de status van dit project?

12

3.3. Belangenanalyse

In deze analyse wordt duidelijk welke positie een organisatie/instelling inneemt ten opzichte van het project. De organisaties kunnen worden ingedeeld in vier groepen, zie Figuur 7. Hierbij is het van belang om te kijken naar de mate van invloed van de organisatie en in hoeverre de organisatie belang heeft bij het project.

Invloed	Hoog	Tegenstanders	Partners
	Laag	Mopperaar	Supporter
		Belang	
		Laag	Hoog

Figuur 7: Krachtenveldanalyse

De verschillende posities die de instanties/organisaties kunnen innemen zijn:

- **Tegenstanders:** Dit is een nuttige groep voor het verzachten van de impact en formuleren van besluiten. Het is belangrijk om deze groep tevreden te houden.
- **Partners:** Met deze groep wordt daadwerkelijk samengewerkt en zijn de contacten nauw. Het is belangrijk om met deze groep samen te werken.
- **Mopperaars:** Minst belangrijke groep. Deze groep heeft weinig invloed, desondanks is het wel belangrijk om deze groep te monitoren in het geval ze wel meer invloed krijgen.
- **Supporters:** Dit is een belangrijke groep, zoekt meer bevoegdheden om invloed uit te oefenen en moet betrokken worden bij het proces.

Contactgegevens

Sarah Elbert

s.p.elbert@pl.hanze.nl