



Werkgroep SDGs Maatschappelijke Organisatie



Inleiding

Na de presentatie van de uitkomsten van de Impact Challenge heeft PwC een Ronde Tafel met middelgrote en grote organisaties uit alle sectorengeorganiseerd om de vraag helder te krijgen: wat hebben de goede doelen nodig om met de SDGs te gaan werken? Bij deze ronde tafel waren Plan International Nederland, Hartstichting, Handicap NL, KNCV, Simavi en Natuur & Milieufederaties aanwezig en een aantal uitdagingen en kansen benoemd:

Uitdagingen	Kansen
SDGs zijn vrij abstract/high level, hoe te koppelen aan de missie/visie van de organisatie en koppelen aan concrete doelstellingen op project level.	Ontwikkelen van een gemeenschappelijke taal > gezamenlijk aan bepaalde SDGs of targets werken.
Op welk niveau meetbaar maken (projectlevel is een ander niveau dan organisatie) > optellen van impact per project tot impact van organisatie.	Echt meetbaar kunnen maken van impact en laten zien welke bijdrage geleverd wordt aan maatschappelijke problemen > SDGs een goed vehikel om gesprek te voeren over impact. Naast meten helpt een focus op leren als onderdeel van monitoring en evaluatie.
Meetbaar maken op projectniveau (korte termijn) versus impact op langere termijn (hierin zitten veel aannames bij het oprollen van de indicatoren tot een overall impact).	Indien langs de SDGs rapporteren, dan rapportage beter vergelijkbaar en aanvullend (in Nepal zijn bijvoorbeeld SDG targets benoemd en moeten ontwikkelingsorganisaties samenwerken om die targets te halen).
Meenemen van de organisatie, niet gewend aan resultaatgericht sturen langs indicatoren en impact meetbaar maken > impact denken.	Door koppeling van TOC aan de SDGs komen tot een gezamenlijke benadering (binnen de organisatie en met andere organisaties).
Attributievraagstuk, wat draag je bij en welke impact heeft de organisatie gemaakt (in NL en rest van de wereld).	SDG impact meenemen in IATI rapportage waardoor mogelijk impact op SDG gemeten kan worden per land.
Vastlopen in datakwaliteit > indien werkzaam in diverse landen en in 't veld, hoe zorgdragen voor de kwaliteit van gemeten data.	Stakeholders laten denken in verandering/impact in plaats van in verantwoording af laten leggen door middel van meetinstrumenten > dus meer naar outcome/impact meten (wat betekent het in de levens van mensen > verandergevoel) in plaats van input/output rapporteren.
Impact blijven linken aan de SDGs > intern constant uit moeten leggen wat we er eigenlijk mee doen > niet meten om te meten.	Data gebruik kan (interne) uitleg ondersteunen en impact van organisatie met link naar SDGs helpen onderbouwen.

Met een aantal goede doelen is na deze Ronde Tafel een werkgroep geformeerd om gezamenlijk met de uitdagingen en kansen aan de slag te gaan, ervaringen te delen en voorbeelden/good practices te verzamelen die gedeeld kunnen worden met de brede sector.

Quote: de werkgroep bereikt alle SDGs in 2049 in de SDG Dome



(Mouse-over om te vergroten)

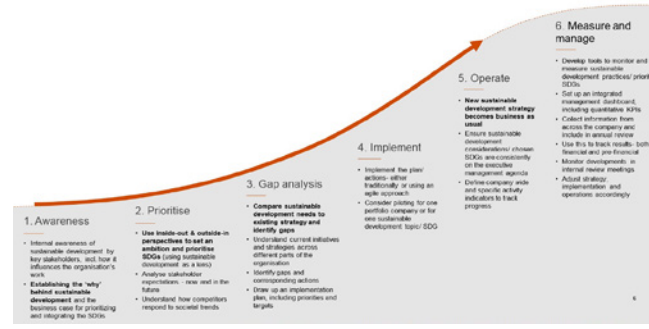
Uitkomsten werkgroep

Tijdens de werkgroep bijeenkomst begin april stonden de volgende uitdagingen centraal:

- Hoe kunnen we de impact op een bepaalde SDG meten?
- Hoe kunnen we SDGs aan concrete doelstellingen op projectniveau koppelen?
- Meetbaar maken op projectniveau (korte termijn) versus impact op organisatieniveau (op langere termijn)
- Welke impact kunnen wij claimen (attributievraagstuk)?

Nadat we gezamenlijk met de deelnemers van de werkgroep in de SDG Dome de virtuele challenge hadden gedaan om de wereld te redden, gingen we aan de slag met de uitdagingen die de werkgroepleden ervaren bij het meetbaar maken van de impact op de SDGs. Voorafgaand hadden we de goede doelen gevraagd om een stappenplan (stap 1 t/m 3) te doorlopen dat PwC gebruikt om duurzame ontwikkeling in de strategie van een organisatie te integreren.

Wij werken met een 6-stappen aanpak voor het integreren van duurzame ontwikkeling in de strategie van een organisatie



Quote: soms moet je bij outcome stoppen met meten!

De belangrijkste inzichten die zijn opgedaan door de werkgroep die we met de sector willen delen zijn:

- De missie/visie van diverse organisaties is niet direct te koppelen met één SDG: ga een slag dieper door naar de 169 targets onderliggend aan de 17 SDGs te kijken.
- Bij het prioriteren van de SDGs dient niet alleen gekeken te worden naar het vergroten van de positieve impact, maar ook naar het verkleinen van de negatieve impact (gap analyse). Door alleen te focussen op de positieve impact wordt het door de buitenwereld mogelijk gezien als marketing. Denk bijvoorbeeld aan AMREF waarbij vliegen onderdeel is van hoe zij impact maken.
- Door het benoemen (prioriteren en integreren) van de SDGs intern, hebben we focus aan kunnen brengen in wat belangrijk is. Pas nadat we onze leveranciers/partners gingen uitzoeken op focus op dezelfde SDGs, zagen we echt verandering. Voorbeeld is Plan International Nederland die de samenwerking met een leverancier eindigde waar bijna alleen maar mannen werkten, omdat de voorkeur uitgaat naar een leverancier die ook waarde hecht aan SDG 5 genderegelijkheid.

- De organisaties zijn nog niet zover dat door het aanbrengen van prioriteiten er keuzes worden gemaakt welke activiteiten wel en niet op te pakken. Focus wordt ook beïnvloed door externe stakeholders, bijvoorbeeld doordat het Ministerie bepaalde thema's meer dan wel minder gaat financieren.
- Daarnaast worden de SDGs wel gebruikt voor het ontwikkelen van een gezamenlijke taal en om thema's te beïnvloeden.

Onze visie rondom een duurzame organisatie draait om de connectiviteitstabel

De connectiviteitstabel maakt een expliciete link tussen de missie en visie van de organisatie, wat de belanghebbenden van de organisatie verwachten, hoe de organisatie hierop inspeelt en de prestaties van de organisatie. Om de inhoud van de connectiviteitstabel te bepalen, sluiten we aan bij de Sustainable Development Goals (SDGs) om organisaties aan te moedigen zich te focussen op impact.



Element	Purpose								
	Missie & Visie								
Stakeholders	Materiële thema's	Strategische doelen	Waardedrijvers	Risico's	Input indicatoren	Output indicatoren	Outcome indicatoren	Impact	
Connectiviteits-tabel	Stakeholders worden geïdentificeerd door middel van een stakeholder-analyse.	De materialiteits-analyse identificeert de relevante thema's voor uw stakeholders.	De strategische doelen hebben betrekking op de materiële thema's.	De waardedrijvers zijn de acties die uitgevoerd worden om tot een succesvolle executie van de strategie te komen. ('hoe').	De risico-analyse wordt gelinkt aan de waardedrijvers.	Indicatoren om te monitoren hoe de strategie en waardedrijvers resulteren in impact. <ul style="list-style-type: none"> Input: welke resources worden gebruikt/zijn nodig Output: wat is het directe resultaat van de activiteiten die worden uitgevoerd Outcome: wat is het effect van deze activiteiten 			Impact van de organisatie op haar stakeholders, het milieu en de maatschappij.
De link met de SDGs	Materiële themas kunnen aan SDGs worden gelinkt.		Strategische doelen en waardedrijvers worden aan de SDGs gelinkt.		Analyse van de risico's e.g. op basis van de SDG Navigator.	Huidige KPIs linken aan SDGs			Bepaal impact op SDGs door SDG KPI's

Belangrijkste besprekingspunt en uitdaging is dat bij het opstellen van dit model een aantal aannames/assumpties gedaan moeten worden. Het is belangrijk om transparant te zijn over de aannames die je hebt gebruikt en daarnaast werd als tip gegeven dat je toetst of aannames kloppen. Lastiger wordt het wanneer men binnen de organisatie het er niet over eens is dat met aannames wordt gewerkt en deze in twijfel worden getrokken. Of om aannames te toetsen op landelijk niveau (op project niveau lukt het vaak wel).

Als laatste nog kort naar het reporting model gekeken, waarbij diverse uitdagingen besproken zijn:

- Bepalen van de causaliteit tussen output en outcome blijft ingewikkeld en is niet altijd mogelijk, onder andere doordat er onvoldoende informatie beschikbaar is om de relatie ertussen te bepalen.
- Door de impact kwalitatief in kaart te brengen en indicatoren op input, output en outcome niveau te benoemen zie je pas hoe en of de activiteiten bijdragen aan de beoogde impact. Daarna kun je gaan starten met meten en kan het zijn dat de beoogde impact niet wordt bereikt of dat de activiteiten een ander (onbedoeld) neveneffect hebben wat aan de voorkant niet zichtbaar was.
- Vraag is of je de impact altijd moet willen toeschrijven aan jezelf. Je weet dat de bijdrage er is, maar wat reken je aan

- jezelf toe. Uitkomst was dat men vaak tevreden moet zijn met de outcome bepalen en dat impact mogelijk een brug te ver is. Denk aan gedragsveranderingsprogramma's.
- Diverse organisaties spelen met het dilemma: wat zelf meten en waarvoor gebruik maken van informatie van andere.

De organisaties willen de doelgroep/partners niet overvragen. In dit dilemma speelt ook de kwaliteit van data en de mogelijkheid om data te verzamelen (denk aan kosten van verzamelen, maar ook aan mogelijkheid in oorlogsgebieden en ongeletterde gebieden). In de volgende werkgroep zullen we dit thema als onderwerp nemen. Hierin zal tevens gesproken worden over wel of niet moneteriseren van impact.

- Soms helpt het om de outputs en outcomes niet opvolgend te benoemen. In het model is het belangrijk om te starten met nadenken over wat er op een hoger niveau (outcome) bereikt wil worden, zodat out of de box gedacht wordt en niet vanuit bestaande activiteiten en aannames wordt gedacht (output niveau). Toch is het ook belangrijk om bottom-up een verzameling te doen van bestaande activiteiten, zodat beoordeeld kan worden of de bestaande activiteiten bijdragen aan de beoogde impact op organisatieniveau.
- Start met meten op de building blocks die te meten zijn en vul dan de gaten op in plaats van eerst het model tot in perfectie op te stellen. Maak concreet door een geïsoleerd beeld neer te zetten. ■

Recap theory of Change

Impact meting gaat verder dan de klassieke performance KPIs

