

Een vuist voor impact

5 vragen om je impactmanagement te beoordelen

Een vuist voor impact

5 vragen om je impactmanagement te beoordelen

CBF-sectorreflectie
in het kader van de
Impact Challenge



impact challenge

VOORWOORD

Impact-denken is als ademen. Ademhalen doe je constant, bij alles wat je doet. Zo moet impact-denken een geïntegreerd onderdeel worden bij alles wat een organisatie doet. Dat geldt voor de Erkende Goede Doelen. En dat geldt ook voor ons als toezichthouder.

Onze missie is het borgen van geefvertrouwen. In de kern is ons toezicht daarom terug te brengen tot twee vertrouwensvragen:

1. Houdt de organisatie zich aan de regels?
2. Maakt ze waar wat ze belooft?

De eerste vraag is de vraag waar we ons al jarenlang op richten en deze blijft belangrijk. De tweede vraag is de vraag naar impact. Daarin zit ook de *challenge* van dit reflectierapport. *Waarmaken* wat je belooft is namelijk meer dan doen wat je belooft. Het gaat niet om het uitvoeren van plannen, maar om verantwoordelijkheid nemen voor het uiteindelijke effect van wat je doet.

Wij denken dat een goed antwoord op beide vertrouwensvragen nodig is. Alleen dan zal het vertrouwen van het publiek en de samenleving in het werk van goede doelen groeien. Daarom zal in ons ontwikkelgerichte toezicht meer nadruk komen te liggen op het impactvraagstuk.

We noemen dat ook bewust een *vraagstuk*. Er is immers nog geen uitgekristalliseerde methodiek voor impact-denken. Organisaties moeten daar zelf handen en voeten aan geven. Om richting te geven introduceren we vijf eenvoudige vragen: een hand vol. Wie op alle vijf een sluitend antwoord heeft, maakt zo een vuist. Een vuist met impact.

Harmienke Kloeze
Directeur-bestuurder CBF

Gerjob Lootens
Impact & Innovatie



COLOFON

Dit is een uitgave van het CBF, Toezichthouder Goede Doelen.

Dit boekje kwam tot stand op basis van onderzoek van Gerjob Lootens ('Impact & Innovatie' bij het CBF), uitgevoerd in nauwe samenwerking met kennispartners PwC en het Impact Centre Erasmus.

CBF is als toezichthouder terughoudend in het geven van advies. Voor de adviezen in dit boekje worden behalve de genoemde kennispartners ook branche-organisaties aan het woord gelaten.

CBF, Anthony Fokkerweg 1, 1059 CM Amsterdam

Tekst en coördinatie

CBF, Toezichthouder Goede Doelen
Gerjob Lootens, 'Impact & Innovatie' CBF

Vormgeving

Majorie Kool (koola.nl)

Disclaimer

Het CBF heeft dit rapport met de grootste zorg samengesteld. Desondanks kunnen we geen garanties geven voor de volledigheid, juistheid of actualiteit van de informatie. Het CBF kan niet aansprakelijk gesteld worden voor de inhoud van deze informatie of voor de gevolgen van het gebruik daarvan. Aan de inhoud van dit rapport kunnen geen rechten worden ontleend.

Copyright

Het CBF behoudt zich uitdrukkelijk het auteursrecht voor op de inhoud van dit rapport. Het is niet toegestaan de informatie, anders dan voor persoonlijk gebruik, te verspreiden of te kopiëren, zonder schriftelijke toestemming van het CBF.

Contact

Heeft u vragen over dit rapport of het CBF? Neem contact met ons op via 020 - 417 00 03 of info@cbf.nl.



INHOUD

VOORWOORD	3
OVER DIT ONDERZOEK	6
OVER DIT BOEKJE	7
HOE STAAT DE SECTOR ERVOOR?	8
SAMEN AAN DE SLAG	9
ONZE VISIE OP IMPACT EN TOEZICHT	10
1. WAAROM DOE IK WAT IK DOE?	14
2. HOE WEET IK DAT WAT IK DOE OOK WERKT?	18
3. IS DIT HET BESTE WAT IK DOEN KAN?	24
4. WAT IS HET EFFECT DAT IK ZIE?	28
5. WAT DRAAG IK BIJ AAN EEN BETERE WERELD	36
LEER, DEEL EN... WIN!	42

OVER DIT ONDERZOEK

Twee belangrijke keuzes

In de opzet van het onderzoek hebben we twee belangrijke keuzes gemaakt. In de eerste plaats hebben alle organisaties dezelfde vragenlijst ingevuld. Er is geen rekening gehouden met de grootte van de organisatie, het segment van de sector, de doelgroep of het werkgebied. De vragenlijst is dus *one size fits all*, en heeft daarmee zijn beperkingen. Net als in 2017 hebben we hier bewust voor gekozen. Op deze manier kunnen we iets zeggen over de sector als geheel.

In de tweede plaats is de vragenlijst opgebouwd aan de hand van een casus. Organisaties hebben zelf een project gekozen dat zij als *best practice* beschouwen. Dat betekent dat we het een en ander kunnen leren over waar de uitdagingen liggen als het gaat om structureel impactgericht werken. Op basis van één project per organisatie kunnen we echter geen conclusies trekken over alle activiteiten van een organisatie.

Kennispartners

Het CBF stelt ieder jaar aan alle Erkende Goede Doelen reflectievragen. In 2017 en in 2019 gingen die reflectievragen over impact. Daarbij hebben we gebruik gemaakt van de kennis en expertise van het Impact Centre Erasmus en PwC als onze kennispartners. Zonder hun inzet hadden we dit niet kunnen doen.



OVER DIT BOEKJE

Dit boekje gaat over de vraag hoe impactgericht jij werkt in je goededoelenorganisatie. Met andere woorden: doe je de goede dingen? Het doel van dit boekje is een aanzet te geven voor zelfreflectie. En het geeft een aanzet voor verdere actie.

Het is geschreven voor mensen die werken in, voor of met goededoelenorganisaties. Met name die goededoelenorganisaties die zich onder toezicht van de Erkenningsregeling scharen.

Het begint dan ook met een korte terugblik op de vorige meting en het sectorinitiatief van de Impact Challenge.

Dan volgt een toelichting op wat het CBF verstaat onder impactgericht werken. Ook presenteren we daar onze visie op impactgericht werken en toezicht.

Aan de hand van vijf vragen voor goededoelenorganisaties pakken we vijf thema's bij de kop. Bij elk van die thema's komen steeds drie rollen aan het woord:

- De toezichthouder 
- De onderzoekers 
- De adviseurs 

Ieder thema begint dus met de visie van toezichthouder CBF, gevolgd door enkele inzichten in de sector op basis van ons onderzoek en sluit af met een advies hoe met dat thema aan de slag te gaan.

HOE STAAT DE SECTOR ERVOOR?

'Doen we de goede dingen?'

Het maakt niet uit hoe lang je al bestaat, hoe groot je bent of in welk segment van de goededoelensector je werkt. De vraag 'doen we de goede dingen?' moet wat ons betreft in iedere organisatie blijvend op de agenda staan.

Met de reflectievragen van 2017 en 2019 hadden we dan ook twee doelen. In de eerste plaats was het doel dat alle goededoelenorganisaties zouden reflecteren op de impact van een aantal van hun activiteiten door de vragenlijst in te vullen.

In de tweede plaats wilden we iets leren over hoe er in de goededoelensector wordt omgegaan met de vraag 'doen we de goede dingen?' In hoeverre zijn organisaties in staat om die vraag systematisch te stellen en te beantwoorden?

Wat zegt dit onderzoek niet?

In dit onderzoek hebben we gekeken naar een voorbeeldproject. Op basis van ons onderzoek kunnen we dus geen harde conclusies trekken over hele organisaties. We hebben als het ware de thermometer in de sector gestoken en twee momentopnames gemaakt. Dat zegt niets over de algehele gezondheid van de patiënt. Wel geeft het richting voor wat goede dingen zijn om te doen en waarop we zouden moeten inzetten.

Belangrijkste lessen

De belangrijkste les van het onderzoek uit 2017 is welke vragen we moeten stellen. We hebben vijf thema's vastgesteld die richting geven aan het impact-denken. In dit vervolgonderzoek is het belangrijkste dat opvalt dat er niet zo veel veranderd lijkt. Toch zien en horen we van allerlei initiatieven die ons een andere indruk geven. De belangrijkste les is dat we de goede vragen stellen, maar dat het nog niet zo eenvoudig is om systematisch impact centraal te zetten in je organisatie.

SAMEN AAN DE SLAG

'Alsof we nu niet de goede dingen doen!'

We benadrukken steeds de vraag 'doen we de goede dingen?' Het lijkt dan misschien alsof we grote vraagtekens zetten bij wat goededoelenorganisaties doen. Net alsof de meeste nu niet de goede dingen zouden doen. Dat geloven we niet. We zijn ervan overtuigd dat onze sector echt verschil maakt en bijdraagt aan een betere wereld.

Het idee van impactmanagement is dat we datgene doen wat het meeste effect heeft. Dat is wat de (professionele) gever (steeds meer) verwacht. Dat je als goededoelenorganisatie het beste doet om bij te dragen aan een betere wereld. En dan is het dus nodig dat je eerlijk in de spiegel durft te kijken en vraagtekens durft te zetten bij wat je (misschien altijd al) doet.

Hoe begin je?

Hoe ga je pragmatisch van start met impactgestuurd werken? Hoe maak je 'doen we de goede dingen?' concreet? We hebben die vraag opgeknipt in vijf eenvoudige vragen (zie het hoofdstuk hierna). Je zou voor één concrete activiteit, voor één project of programma die vijf vragen kunnen doorlopen. Kijk wat het je brengt en hoe het voor jou werkt. Probeer eens of je er een nieuw soort Demingcirkel (plan, do, check, act) op kunt maken. Een leercirkel waarin je leert steeds meer impact te maken, door effecten te meten en te evalueren.

Impact Challenge

Met de Impact Challenge hebben we als CBF de handen ineengeslagen met kennispartners Impact Centre Erasmus en PwC en met de brancheorganisaties en een aantal goededoelenorganisaties. Met een jaarlijks event, de online Impactwijzer en de Impact Challenge Award willen we samen een boost geven aan het impactgestuurde werken. Zie verder www.impact-challenge.nl.

ONZE VISIE OP IMPACT EN TOEZICHT

Geef Gerust

CBF staat voor gerust geven. Om gerust te geven is vertrouwen nodig. Vertrouwen in de club waaraan je geeft: houdt die zich wel aan de regels? En vertrouwen dat wat je geeft ook wordt ingezet waarvoor je het had bedoeld: maakt ze waar wat ze belooft?

De 1e vertrouwensvraag: houd je je aan de regels?

Als CBF houden we al 25 jaar toezicht op goededoelenorganisaties om geefvertrouwen te borgen. Dat toezicht richt zich voornamelijk op de eerste vertrouwensvraag of een ideële organisatie wel deugt.

De vragen in de maatschappij gaan daar duidelijk over: hoeveel kosten maakt de organisatie? Of: verdient de directeur niet te veel? Ook in het toezicht van het CBF gaat het vaak over de organisatieaspecten van goede doelen. Is het bestuur onafhankelijk? Is er voldoende toezicht en controle? Wordt er niet te veel geld opgepot? Waaraan wordt het geld besteed?

De uitdaging in 'klassiek' toezicht

Al die dingen worden vastgelegd in bevoegdheden, procedures en systemen. En klassiek toezicht kijkt dan naar drie dingen: opzet, bestaan en werking. Veel van de organisaties die onder ons toezicht staan, controleren we al jaren. Onze ervaring is dat goededoelenorganisaties zich steeds professioneler organiseren. Bevoegdheden, procedures en systemen zijn meestal wel op orde.

Ons toezicht zal de komende tijd dus steeds meer (moeten) verschuiven naar de werking in de praktijk. Komen 'papier' en werkelijkheid overeen? Die verandering gaat niet van vandaag op morgen, maar dat is wel de beweging waarop we inzetten. Zo blijven we borgen dat goededoelenorganisaties hun zaakjes op orde hebben. En dat we de eerste vertrouwensvraag, 'houd je je aan de regels?' bevestigend kunnen beantwoorden voor Erkende Goede Doelen.

De 2e vertrouwensvraag: maak je waar wat je belooft?

Bovenop de eerste 'klassieke' vertrouwensvraag 'houd je je aan de regels?' speelt de tweede vertrouwensvraag een steeds grotere rol: maak je waar wat je belooft? In het beantwoorden van die tweede vertrouwensvraag ligt een grote uitdaging voor de komende jaren.

Een transactie van vertrouwen

In onze visie worden gevers en ontvangers verbonden door een gedeeld ideaal. De gever is 'medemogelijkmaker' van dat ideaal: hij geeft tijd als vrijwilliger om bij te dragen aan dat ideaal. Of hij geeft geld, of goederen of misschien gewoon aandacht. De ontvanger krijgt als het ware de opdracht om dat ideaal te verwezenlijken. Je zou kunnen zeggen dat hij de 'verwezenlijker' is van dat ideaal.

Zo ontstaat een transactie van vertrouwen. Een ideële organisatie is afhankelijk van de gulheid van de gever. De gever moet vertrouwen op de ideële organisatie om het ideaal waar te maken.

Gevers zijn betrokken vanuit een ideaal. Geven doe je voornamelijk met je hart. Maar dat ideaal wordt niet op korte termijn bereikt. Dat betekent voor een ideële organisatie een spanningsveld. Een spanning tussen realisme en idealisme. Tussen hoofd en hart. Tussen het bereiken van doelen en het maken van impact. Tussen korte en lange termijn. De kernvraag van dat spanningsveld is: doen we de goede dingen?



Systematisch de goede dingen doen

De eerste vertrouwensvraag 'houd je je aan de regels?' is te beantwoorden met een systeem van interne beheersing. Zou het niet mooi zijn als ook deze tweede vertrouwensvraag 'maak je waar wat je belooft?' te beantwoorden is met een systeem? Een systeem van impactmanagement? Als CBF denken we dat dit kan en dat het moet.

Op de hoe-vraag hebben we geen pasklaar antwoord. Het is ook niet de rol van de toezichthouder dat te geven. Onze rol is het vergroten van geefvertrouwen, ook op de lange termijn. Het vertrouwen van medemogelijkmakers behoud je in onze visie alleen met een bevestigend antwoord op beide vertrouwensvragen. Systematisch aan impact werken en daarop beoordeeld worden is dus de toekomst.

Ontwikkelgericht toezicht

Het CBF houdt ontwikkelgericht toezicht. Dat betekent dat we een stimulerende rol hebben om te zorgen dat organisaties ook in de toekomst voldoen aan wat dan de norm zal zijn.

Op dit moment hebben we nog geen Erkenningsnormen die ingaan op impactmanagement. Toch is de richting van impactmanagement wel aangegeven door de normsteller (zie bijvoorbeeld bespreekpunt 4.1.5 in de normen van de Erkenningsregeling). Het is te verwachten dat een systeem voor impactmanagement de norm zal worden.

Het toezicht zal moeten bijdragen aan de tweede vertrouwensvraag: maak je waar wat je belooft? Dat betekent dat we moeten beoordelen hoe het ideaal of de droom wordt vertaald naar activiteiten en plannen. En hoe strategische keuzes worden gemaakt. En hoe er wordt gemeten, geleerd en verbeterd. De kernvraag is dus steeds: doe je de goede dingen?

Doe je de goede dingen?

Om daar systematisch antwoord op te geven, hebben we vijf simpele vragen geformuleerd. Vijf eenvoudige vragen waarop de antwoorden nog niet zo eenvoudig zullen zijn. Om een richting te geven aan de beantwoording hebben we ze alle vijf voorzien van een kritische ondertoon. We denken dat deze vijf vragen ideële organisaties kunnen helpen om steeds meer systematisch aan impact te werken.

- 1 WAAROM DOE IK WAT IK DOE?**
Kan ik logisch beredeneren waarom ik verwacht dat dit werkt?
- 2 HOE WEET IK DAT WAT IK DOE OOK WERKT?**
Welke aannames heb ik gedaan en heb ik die kritisch onderzocht?
- 3 IS DIT HET BESTE WAT IK DOEN KAN?**
Van alle mogelijke oplossingen in deze context en bij deze behoefte, vind ik dit het beste alternatief?
- 4 WAT IS HET EFFECT DAT IK ZIE?**
Wat heb ik toegevoegd dat niet sowieso was gebeurd? Is dit de verandering die ik hoopte te zien? Welke onbedoelde effecten zie ik?
- 5 WAT DRAAG IK BIJ AAN EEN BETERE WERELD?**
Doet het er toe: heb ik waargemaakt wat ik had beloofd?



1. WAAROM DOE IK WAT IK DOE?

Kan ik logisch beredeneren waarom ik verwacht dat dit werkt?

Een goededoelenorganisatie werkt aan een bepaald maatschappelijk vraagstuk. Daarbij heeft ze een bepaalde verbetering voor ogen. De verwachting is dat de activiteiten zullen bijdragen aan deze beoogde verbetering. De denkstappen die je maakt van activiteiten naar de uiteindelijke verbetering die je beoogt, noemen we een verandertheorie. Die verandertheorie moet antwoord geven op de eerste vraag: waarom doe ik wat ik doe?

Een verandertheorie begint in je hoofd: het zijn jouw gedachten over hoe je denkt dat je impact maakt. De kunst is om die verandertheorie expliciet te maken.

Drie kenmerken van een goede verandertheorie

1. Begin with the end in mind

Een goede verandertheorie begint bij een ideaal. Dat ideaal is een concrete verbetering bij het maatschappelijke vraagstuk waar de organisatie voor staat. Van daaruit redeneer je terug:

- Wat moet er veranderen wil dat ideaal werkelijkheid worden?
- Welke van die veranderingen kan ik beïnvloeden of realiseren?
- Wat moet ik dan doen?

2. Ketens van activiteit naar langetermijneffect

Een goede verandertheorie maakt één of meer ketens van:

- activiteiten naar concrete telbare resultaten (outputs)
- het effect van die concrete resultaten (outcomes)
- de bijdrage van die effecten aan de beoogde verbetering op lange termijn (impact)

3. Er worden keuzes gemaakt

Ga uit van je eigen kracht. Je kunt niet alles zelf en je hebt niet voor alles zelf de expertise in huis. En waarom zou je doen wat een ander ook al doet? Keuzes maken dus.



WE DEDEN EEN METING IN DE SECTOR

Wat hebben we gevraagd?

We vroegen organisaties een simpele verandertheorie expliciet te maken voor een best-practiceproject van hun eigen keuze. Daarvoor gaven we een model in vijf stappen en een fictief voorbeeld.



Wat hebben we geanalyseerd?

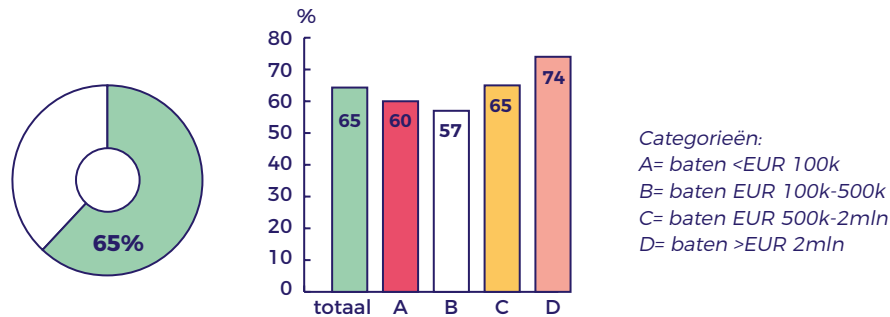
In 2019 heeft Impact Centre Erasmus 415 verandertheorieën gevalideerd. In 2017 waren dat er 378. Validatie wil zeggen dat voor elke denkstap is nagegaan: 1) of deze concreet en begrijpelijk is en 2) of die denkstap logisch navolgbaar volgt uit de vorige stap. Tot slot is nagegaan of de beschreven impact past bij de missie van de organisatie.



Wat zijn de resultaten?

In 2019 had 65% van de goedbedoelenorganisaties een logische verandertheorie beschreven. (2017: 59%)

Wie had een logische verandertheorie?



Als we inzoomen op de 269 organisaties die in 2017 én in 2019 meededen, valt het volgende op:

- In 2017 had 63% van hen een logische verandertheorie, nu 67%. Een kleine stijging met 4 procentpunt.
- Er waren ook 48 organisaties die in beide metingen meededen, die in 2017 een logische verandertheorie hadden beschreven, maar in 2019 niet.

WAT LEREN WE DAARUIT?

Twee derde van de goedbedoelenorganisaties en zelfs driekwart van de grote goedbedoelenorganisaties kunnen werken met een eenvoudig model voor een verandertheorie. We zien daar overigens geen opvallende verschillen tussen organisaties uit verschillende segmenten van de sector. Kennelijk is het model voor een simpele verandertheorie toegankelijk genoeg voor een grote groep organisaties en projecten om mee te werken.

Tegelijk is duidelijk dat niet iedereen erin slaagt om een logische en eenvoudige verandertheorie te presenteren. Het is opvallend dat een aantal organisaties dat bij dit onderzoek niet konden, maar in 2017 nog wel. We hebben daar geen verklaring voor. Hoe dan ook moet je als ideële organisatie kunnen uitleggen waarom wat je doet bijdraagt aan wat je belooft te verwezenlijken.

ENKELE ADVIEZEN

Advies van Goede Doelen Nederland en Partos: Check de Impactwijzer

In de online Impactwijzer vind je meer toelichting op het werken met een verandertheorie. De Impactwijzer combineert steeds een stukje theorie met praktische informatie en tools. Hij is bovendien opgebouwd in drie niveaus zodat je gemakkelijk overslaat wat je al weet.

Kijk bijvoorbeeld eens onder 'Strategie' naar '[Niveau 2 - Theory of Change](#)': daar vind je tools en een [worksheet 'Theory of Change'](#). Bovendien vind je er enkele *case studies* die laten zien hoe andere organisaties invulling geven aan het werken met een verandertheorie.

Trainingsaanbod verandertheorie

Goede Doelen Nederland organiseert met enige regelmaat een workshop voor kennismaking en ontwikkeling van een eigen verandertheorie. In zo'n training krijg je meer achtergrondkennis en ga je aan de slag met je eigen vraagstukken. De training duurt een dagdeel en kost ongeveer € 150 per deelnemer. Voor leden is er korting. [Hier](#) vind je meer informatie of neem contact op en [meld je aan](#).

Partos heeft een vergelijkbaar aanbod speciaal voor organisaties die werkzaam zijn in internationale ontwikkeling. Neem contact op of meld je aan per [mail](#).



2. HOE WEET IK DAT WAT IK DOE OOK WERKT?

Welke aannames heb ik gedaan en heb ik die kritisch onderzocht?

Zoek naar bewijs dat het werkt

Er is een verschil tussen logisch beredeneren of iets werken zal en zeker weten dat het in de praktijk werkt. Immers, wie zijn verandertheorie expliciet maakt, heeft een betrouwbaar verhaal: het wordt navolgbaar waarom het werken zal. Maar wie kan aantonen dat het in de praktijk ook werkt, heeft een bewezen aanpak.

Een betrouwbaar verhaal doet het goed in fondsenwerving. Maar de (professionele) gever zal steeds meer vragen om een bewezen aanpak. Daarom is het belangrijk om te onderzoeken of er bewijs is dat je aanpak onderbouwt.

Hoe? Wees kritisch op aannames

In een logische verandertheorie maak je een aantal denkstappen. Je verwacht dat deze activiteit dit en dat als effect heeft. Onder elk van die denkstappen liggen aannames. Als je die aannames expliciet maakt, kun je ze kritisch onderzoeken: is er bewijs dat het in de praktijk echt zo werkt?

Van sommige aannames voel je zelf wel aan dat het te simpel is. Zo zullen mensen niet stoppen met roken enkel en alleen omdat roken duurder wordt. In die redenatie neem je aan dat de vraag naar rookwaren kleiner wordt als de prijs hoger wordt. Dat klinkt aannemelijk als een economische wet. Toch wordt hier een te grote denkstap in één keer gemaakt. Het laat een belangrijk aspect achterwege: dat roken verslavend is. Stoppen met roken is moeilijker dan simpelweg geen rookwaren kopen. Dergelijke 'met grote stappen snel thuis'-redenaties zijn een bekende valkuil.



WE DEDEN EEN METING IN DE SECTOR

Wat hebben we gevraagd?

In ons onderzoek hebben we organisaties een verandertheorie expliciet laten maken voor een best-practiceproject van hun keuze. We vroegen organisaties om de aannames eveneens expliciet te maken bij verschillende denkstappen. Daarna vroegen we: Heeft u de aannames van de verandertheorie getoetst door te zoeken naar beschikbare kennis die de aanname onderbouwt of juist ontkracht?

Wat hebben we geanalyseerd?

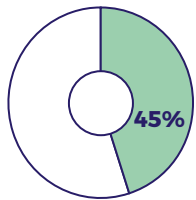
Het Impact Centre Erasmus heeft de beschreven aannames bij de verschillende denkstappen gevalideerd. Past de aanname bij de denkstap van output (de telbare resultaten) naar outcome (de beoogde effecten)? En past de aanname bij de denkstap van outcome naar impact (het langetermijneffect)? Daarnaast bestond er de mogelijkheid om een document te uploaden om te laten zien dat de aanname inderdaad werd onderbouwd. Impact Centre Erasmus heeft die documenten gevalideerd. Gaf zo'n voorbeelddocument inderdaad een onderbouwing van een aanname?

Wat zijn de resultaten?

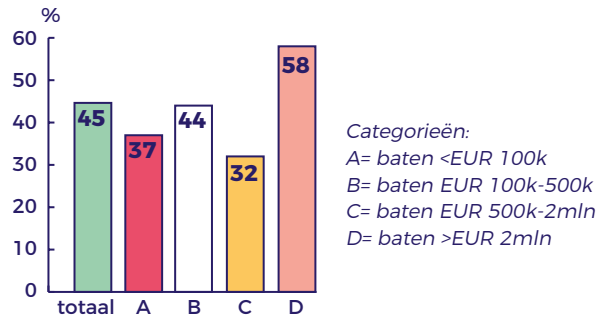
Een groot deel van de organisaties (38%) heeft geen aannames beschreven bij een of meer van de denkstappen. Meestal gaven zij een ander type toelichting (31%) of de vraag werd simpelweg niet beantwoord (7%).



Wie kon de aannames onder zijn verandertheorie beschrijven?

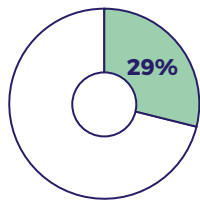


45% heeft bij beide denkstappen aannames beschreven.



Categorieën:
 A= baten <EUR 100k
 B= baten EUR 100k-500k
 C= baten EUR 500k-2mln
 D= baten >EUR 2mln

Toch heeft naar eigen zeggen 71% van de organisaties aannames onderzocht door te zoeken naar beschikbare kennis (in 2017: 66%). Van deze 295 organisaties hebben 150 organisaties (= 51%) een voorbeelddocument geüpload ter onderbouwing van een van de aannames. Voor 119 organisaties (= 79%) geldt dat dit document daadwerkelijk een onderbouwing gaf van een aanname. Deze 119 organisaties betreffen 29% van de totale onderzoeksgroep van 415 organisaties.



29% van de goeddoelenorganisaties heeft aantoonbaar de aannames van haar verandertheorie onderzocht en onderbouwd.

WAT LEREN WE DAARUIT?

Bijna de helft van de organisaties heeft aannames beschreven die passen bij hun denkstappen. Bijna evenveel organisaties heeft moeite met de vraagstelling en geeft geen beschrijving van aannames. Zelf zegt bijna driekwart van de organisaties dat zij aannames toetsen door te zoeken naar beschikbare kennis. De helft van deze organisaties heeft die bewering laten toetsen door een voorbeelddocument te uploaden. Al met al blijkt uit die validatie dat krap 30% van alle organisaties inzichtelijk heeft gemaakt dat aannames inderdaad worden onderbouwd. Het expliciet maken van aannames en deze kritisch onderzoeken en onderbouwen blijkt nog niet zo eenvoudig. Het lijkt erop dat goeddoelenorganisaties zichzelf daarin overschatten.

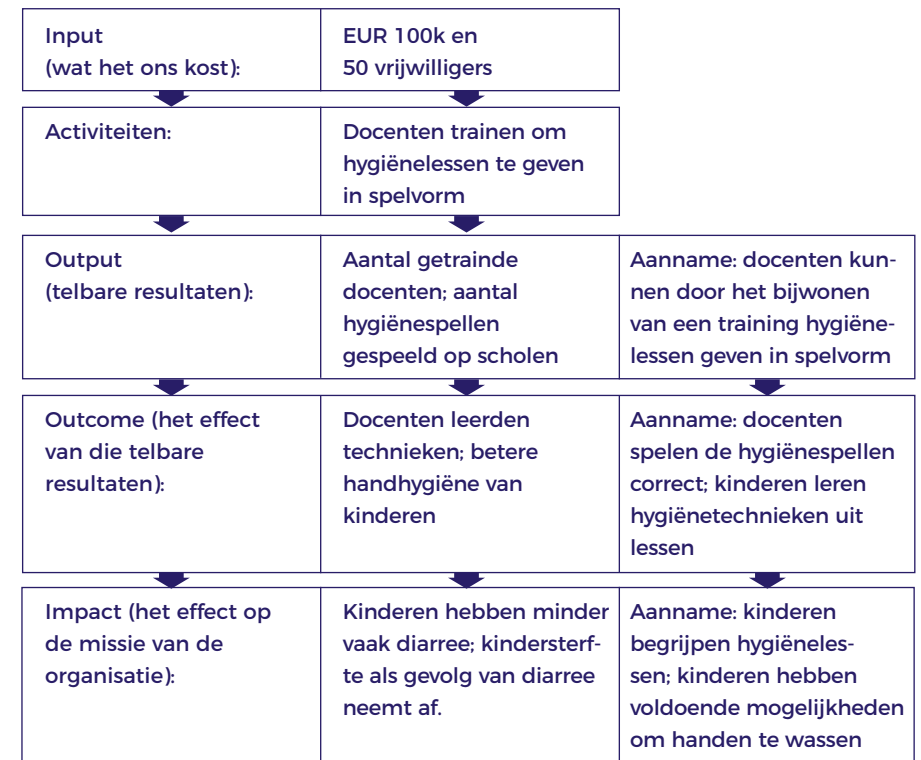
ENKELE ADVIEZEN

Adviezen van het Impact Centre Erasmus

Pas op voor 'grote stappen, snel thuis'. Het belangrijkste dat opvalt bij de verandertheorieën en de beschreven aannames is dat de denkstappen te groot zijn. Tussenliggende denkstappen worden niet benoemd. Dat is een veel voorkomende valkuil.

Een voorbeeld van hoe het wel en niet moet

Soms zijn aannames zo intuïtief, dat het bijna niet opvalt dat het om een aanname gaat. Kijk maar eens naar de aannames bij de volgende verandertheorie:



Een typisch voorbeeld van 'grote stappen snel thuis' zou hier zijn: 'kinderen gaan meer handenwassen.' Je gaat dan aan een aantal vragen voorbij: begrijpen de kinderen het belang van handen wassen door het spel? Speelt de docent de spellen correct? Kunnen de kinderen ergens hun handen wassen?

Waarom is dat belangrijk?

Aannames laten zien waar de risico's en onzekerheden zitten in de verandertheorie. Als de activiteiten niet de effecten hebben die je had verwacht, moet je daar dus zoeken naar wat er mis ging: welke aannames deed je, die niet blijken te kloppen? Wie aannames expliciet maakt en onderbouwt, verkleint het risico op mislukking.

Hoe onderbouw je aannames? - 2 tips

Hoe doe je dat, aannames onderbouwen? Je kunt je voorstellen dat iemand al eens heeft onderzocht dat goede handhygiëne helpt in het voorkomen van diarree. Maar of hygiënespellen bijdragen aan handhygiëne is veel specifiek. Wij geven je twee tips om aannames te onderbouwen.

Tip 1: wat hebben anderen al onderzocht?

In de eerste plaats: kijk naar wat anderen al hebben onderzocht. Daar hoef je zelf geen onderzoeker voor te zijn. Eenvoudige manieren zijn bijvoorbeeld te kijken naar onderzoek van koepelorganisaties. Of zoeken naar wetenschappelijke overzichtsstudies. Heb je moeite dat te vinden, vraag hulp aan een brancheorganisatie, je netwerk of aan je concullega's.

Tip 2: formuleer een 'leeragenda'

Het kan ook zijn dat er nog geen bewijs is voor een aanname. Dan is het aan te raden om een 'leeragenda' op te stellen. Op de leeragenda staan aannames die nog onderzocht moeten worden, zoals of de docenten inderdaad de spellen correct kunnen spelen of dat de kinderen de lessen uit de spellen begrijpen. Zo blijf je alert op de risico's van mislukking en kun je tijdig bijsturen.



3. IS DIT HET BESTE WAT IK DOEN KAN?

Van alle mogelijke oplossingen in deze context en bij deze behoefte, vind ik dit het beste alternatief?

Er is nooit maar één oplossing

Iedere goeiedoelenorganisatie heeft een maatschappelijk vraagstuk voor ogen en werkt aan een verbetering. Ook alle programmalijnen of projecten hebben hun doelen waarbij je probeert om iets te veranderen. Iedereen weet dat er vrijwel nooit maar één manier is om iets te veranderen. Toch is het verleidelijk om te kiezen voor de aanpak die je kent en die je meestal toepast.

Je kunt je afvragen op basis waarvan je kiest wat je doen gaat. Heb je verschillende oplossingen overwogen? Wat zou hier het beste werken? En ben jij dan degene die dat het beste kan?

Behoeftte en context

Om alternatieve oplossingen af te wegen is het nodig dat je zicht hebt op de precieze behoefte en de context. Voor wie doe je dit eigenlijk en waar is behoefte aan? Welke ontwikkelingen zie je rond die behoefte, bijvoorbeeld in wetenschap en techniek of in overheidsbeleid? Welke andere partijen zijn er actief en wat doen zij?

ABC - Alternatief - Behoeftte - Context

De kern is om voordat je start én na afronding van je project of programma een ABC'tje te doen. Is deze aanpak het beste Alternatief, gezien de Behoeftte en de Context? Van daaruit kun je bepalen wat het beste bij jouw rol past. Dan wordt duidelijk wat het beste is wat je doen kan.



WE DEDEN EEN METING IN DE SECTOR

Wat hebben we gevraagd?

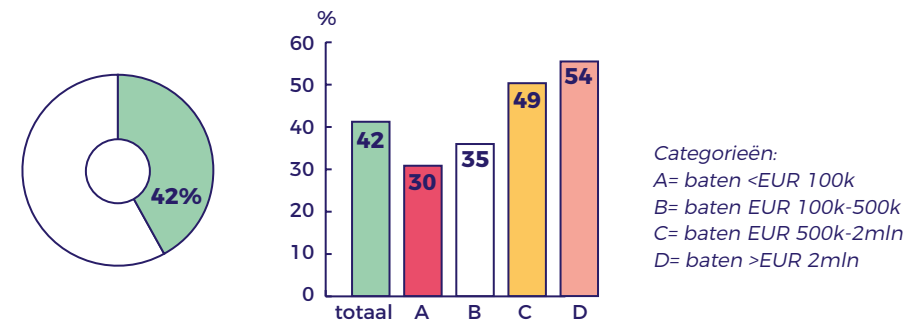
In de eerdere vragen van ons onderzoek vroegen we organisaties een eenvoudige verandertheorie expliciet te maken voor een best-practiceproject van hun keuze. We vroegen vervolgens: in de verandertheorie in de vragen hiervoor heeft u beschreven welke oplossing het project/programma biedt. Wat zou een andere oplossing kunnen zijn voor het beschreven probleem? Daarna vroegen we: heeft u overwogen deze alternatieve benadering toe te passen? Tot slot vroegen we: zijn er andere partijen die juist kiezen voor deze andere benadering?

Wat hebben we geanalyseerd?

Organisaties beschreven een andere oplossing voor het probleem waar het project op focust. Het Impact Centre Erasmus heeft die alternatieve oplossingen gevalideerd. Is de beschreven oplossing inderdaad een andere oplossing voor hetzelfde probleem?

Wat zijn de resultaten?

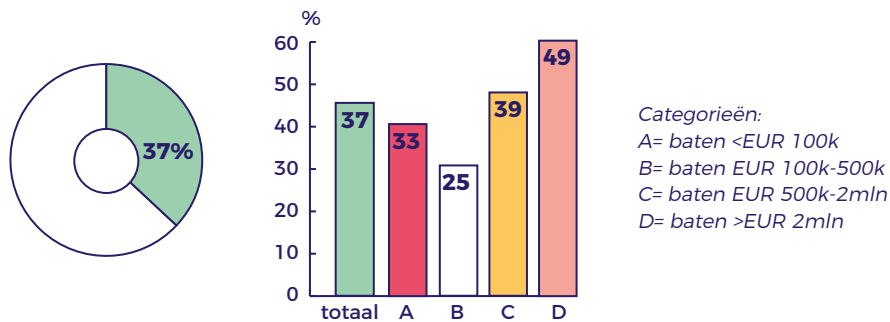
Wie kon een andere oplossing voor hetzelfde probleem beschrijven?



42% van de organisaties kon een andere oplossing beschrijven voor het probleem waar het project op focust.



Wie zegt dat hij heeft overwogen een andere oplossing toe te passen?



Naar eigen zeggen heeft 37% van de organisaties een alternatieve oplossing overwogen. In 2017 zei 42% van de organisaties dat nog.

51% van de organisaties geeft aan te weten dat een andere organisatie kiest (34%) of juist niet kiest (17%) voor deze oplossing. 49% weet niet of andere partijen deze alternatieve oplossing toepassen.

WAT LEREN WE DAARUIT?

Voor meer dan de helft van de organisaties geldt dat zij op projectniveau geen andere oplossing konden beschrijven dan de oplossing die ze hadden gekozen. Voor nog iets meer organisaties geldt dat niet wordt nagedacht of er een andere oplossing is dan de voorgestelde oplossing.

Daarmee is het niet ondenkbaar dat organisaties voor bepaalde projecten blijven doen wat ze altijd al deden zonder zich de vraag te stellen of ze de goede dingen doen.

Voor hooguit een op de drie is het mogelijk een bewuste keus niet voor een alternatieve oplossing te kiezen: zij geven aan te weten dat andere partijen al voor die andere oplossing kiezen.

Aan de andere kant kan het zijn dat de afweging van alternatieven op een hoger abstractieniveau gebeurt. Bijvoorbeeld in de planning van programma's.

ENKELE ADVIEZEN

Advies van Goede Doelen Nederland en Partos: Check de Impactwijzer

Iedere goededoelenorganisatie heeft een maatschappelijk vraagstuk voor ogen. In de online Impactwijzer vind je meer toelichting op de strategische vragen rondom een project of programma. Je kunt die vragen natuurlijk stellen voordat je start. Maar ook tijdens en na afloop van een project of programma kun je deze stappen doorlopen.

Kijk bijvoorbeeld eens onder 'Strategie' naar '[Niveau 1: probleem en doelstelling](#)': daar vind je tools, een [worksheet ABC-methode](#) en een [worksheet 'Probleemboom'](#). Bovendien vind je er enkele *case studies* die laten zien hoe andere organisaties invulling geven aan het werken met een verandertheorie.



4. WAT IS HET EFFECT DAT IK ZIE?

Wat heb ik toegevoegd dat niet sowieso was gebeurd? Is dit de verandering die ik hoopte te zien? Welke onbedoelde effecten zie ik?

Impact meten of impact weten?

Impact gaat over het langetermijneffect van je activiteiten. In hoeverre is er nu echt verbetering zichtbaar ten opzichte van wat er sowieso was gebeurd? Dat vraagt om een nulmeting, een controlegroep en geduld. Veel organisaties hebben niet de capaciteit of expertise in huis om dat te doen.

Als CBF vinden we impact weten belangrijker dan impact meten. Met andere woorden: hoeveel impact je precies kunt aantonen, vinden we niet zo'n heel belangrijke vraag op dit moment. We vinden het veel belangrijker dat organisaties kritisch nagaan wat hun impact is. En liefst dat er een afweging is van wat meer en minder effectief is.

Impact weten begint met het hebben van een bewezen aanpak. Zie daarvoor kernvraag 2: 'hoe weet ik dat wat ik doe ook werkt?'

Wat meet je dan wel?

Het is niet de bedoeling om altijd met wetenschappelijke zekerheid te weten hoe groot het effect was van wat je deed. Als dat lukt is dat natuurlijk het mooist. Maar meestal is het voldoende als je inzicht hebt of iets meer of minder effectief is. Het idee is dat je over informatie beschikt die je helpt om te sturen en om te leren hoe het nog effectiever kan.

Het meest basale wat je daarvoor kunt doen is tellen, vragen en reflecteren. Tel wat je hebt gedaan en welk bereik je had. Vraag aan mensen wat (ze denken dat) het effect is en (wat ze denken dat) er sowieso was gebeurd ook zonder jouw inzet. Die twee dingen leveren je genoeg informatie op om te reflecteren: is dit de verandering/het effect dat ik hoopte te zien? Welke onbedoelde effecten zijn er?



WE DEDEN EEN METING IN DE SECTOR

In dit deel van het onderzoek hebben we apart aandacht besteed aan twee aspecten. In de eerste plaats aan het monitoren & meten van effecten. En in de tweede plaats aan het evalueren & leren naar aanleiding van evaluaties.

A. In hoeverre meten organisaties hun effecten?

Wat hebben we gevraagd?

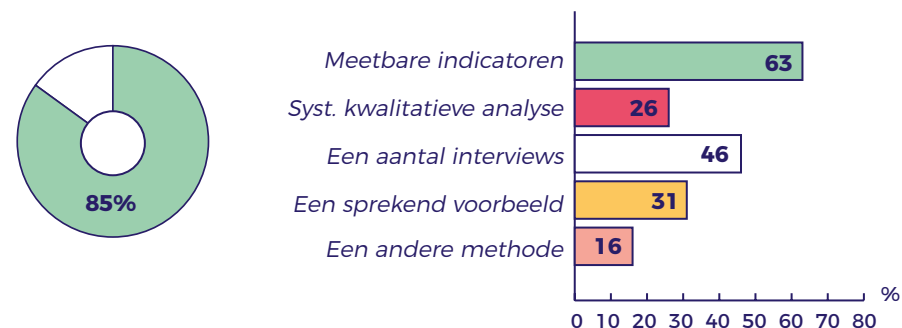
In de eerdere vragen van ons onderzoek vroegen we organisaties een eenvoudige verandertheorie expliciet te maken voor een best-practiceproject van hun keuze. We vroegen of organisaties in kaart hebben gebracht wat de effecten van de activiteiten waren binnen dit project.

Wat hebben we geanalyseerd?

Impact Centre Erasmus heeft geanalyseerd op welke wijze organisaties niet alleen telbare resultaten, maar ook de effecten van hun activiteiten inzichtelijk maken voor het voorbeeldproject dat ze hebben beschreven.

Wat zijn de resultaten?

Welke methoden zeggen organisaties te gebruiken om het effect van activiteiten in kaart te brengen?



85% van de organisaties gaf aan een overzicht van effecten te maken. Deze organisaties gebruikten naar eigen zeggen de volgende methoden (meerdere keuzes mogelijk):

WAT LEREN WE DAARUIT?

We weten uit ander onderzoek dat organisaties die gebruik maken van verschillende onderzoeksmethoden (mixed methods) beter inzicht krijgen in de daadwerkelijke effecten. Daarom hebben we de groep die zegt gebruik te maken van een systematische kwalitatieve analyse nader bekeken. Opvallend is dat deze organisaties vrijwel altijd ook gebruik maken van meetbare indicatoren (22% van alle organisaties).

Bovendien scoort deze groep twee keer zo hoog op de verschillende aspecten van evaluaties (zie ook hierna). Ook geldt voor deze organisaties dat ze vaker aanpassingen doen aan projecten/programma's naar aanleiding van evaluaties (de helft meer dan organisaties die niet tot deze groep behoren). Je kunt dus zeggen dat ze ook grondiger evalueren.

Het lijkt erop dat deze organisaties goede voorbeelden kunnen geven als het gaat om het inzichtelijk maken van je effecten.

B. In hoeverre reflecteren organisaties op hun effecten?

Wat hebben we gevraagd?

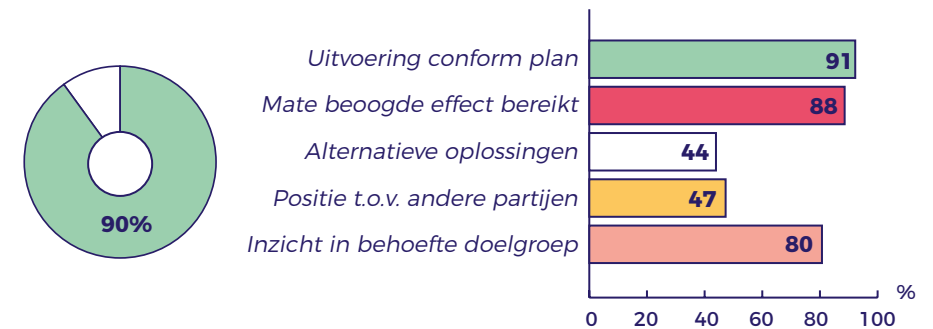
Na de vragen bij een voorbeeldproject hebben we een aantal vragen meer in algemene zin gesteld. Zo vroegen we of organisaties het effect van één of meerdere projecten hadden geëvalueerd. En voor welke aspecten was er aandacht in die evaluatie?

Wat hebben we geanalyseerd?

Impact Centre Erasmus heeft geanalyseerd in hoeverre er in evaluaties aandacht is voor het effect van de activiteiten. Daarbij is gevalideerd of evaluaties dan ook leiden tot aanpassingen aan projecten/programma's.

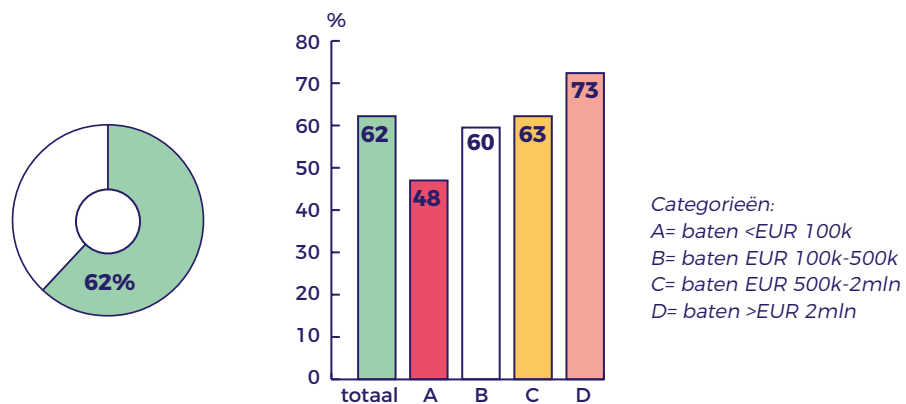
Wat zijn de resultaten?

In evaluaties was naar eigen zeggen aandacht voor de volgende aspecten:

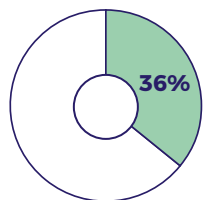


90% van de organisaties gaf aan één of meerdere projecten te hebben geëvalueerd afgelopen jaar.

Wie zegt dat evaluaties afgelopen jaar resulteerden in een aanpassing van een project/programma?



62% van de organisaties zegt dat zij afgelopen jaar aanpassingen aan projecten/programma's hebben gedaan naar aanleiding van evaluaties.



36% van de organisaties die aanpassingen hebben gedaan, geeft een begrijpelijke uitleg over wat die verandering is geweest.

WAT LEREN WE DAARUIT?

Op basis van wat organisaties zelf zeggen, ontstaat een redelijk positief beeld over de kwaliteit van evaluaties van projecten/programma's. Er is aandacht voor meerdere aspecten.

Naar eigen zeggen is er minder aandacht voor alternatieve oplossingen en de positie ten opzichte van andere partijen. Het zou goed kunnen dat deze afweging vaak niet op het niveau van individuele projecten/programma's wordt gemaakt (maar op organisatieniveau).

Toch is dit positieve beeld wel enigszins te nuanceren. In de regel kun je stellen dat een goede evaluatie leidt tot een aanpassing van het project/programma: als je iets anders gaat doen blijkt dat je iets hebt geleerd. Voor een op de drie organisaties die evalueren konden we betrouwbaar vaststellen dat dergelijke aanpassingen zijn gedaan. De cijfers geven dus geen solide onderbouwing dat evaluaties leiden tot aanpassingen van de activiteiten. Dat geeft te denken hoe kritisch die evaluaties dan waren.

Conclusie - welke lessen hebben we geleerd?

Wat levert bovenstaande analyse rondom het meten van effecten en het reflecteren en evalueren rond effecten nu op? Twee dingen. In de eerste plaats hebben we een groep gespecificeerd die waarschijnlijk goede voorbeelden kan geven voor het meten en evalueren.

In de tweede plaats wordt er vaak geëvalueerd en bevat die evaluatie meerdere aspecten. We kunnen echter voorzichtig vraagtekens plaatsen bij hoe kritisch die evaluaties zijn.



ENKELE ADVIEZEN

Advies van Goede Doelen Nederland en Partos

In de online Impactwijzer vind je meer toelichting op het meten van effecten. Het beste is al over het meten na te denken op het moment dat je project/programma nog maar een idee is.

Kijk bijvoorbeeld eens onder 'Strategie' naar '[Niveau 3: monitoringsplan](#)': daar vind je een stap-voor-stap uitleg van hoe je een meetplan maakt en vind je concrete tools.

Ben je op zoek naar hulp bij een 'doe-het-zelf'-meting van effecten? Onder 'Monitoring en evaluatie' vind je uitgebreide informatie over [Typen data](#), over [Dataverzameling](#) en over [Data-analyse](#). Natuurlijk steeds met links naar achtergrondinformatie en concrete tools en voorbeelden als beschikbare downloads. Kom je er niet uit? Wij brengen je graag in [contact](#) met adviseurs of peers.

Advies van Impact Centre Erasmus

Het maken van een meetplan gaat in de kern over vijf simpele vragen: wat wil ik meten? Bij wie? Hoe ga ik dat doen? Wanneer (en hoe vaak)? En waarmee wil ik vergelijken?

Je kunt daarbij niet zomaar beginnen met te meten hoe groot je impact is. Je zult daarvoor eerst een aantal zaken helder moeten hebben. Welke effecten wil je bijvoorbeeld zien? En worden die effecten ook zichtbaar bij jouw activiteiten? Om dat soort dingen helder te krijgen, moet je misschien ook een aantal inventarisaties of metingen doen. Zelf impact meten kun je daarom zien als een [groeipad](#).

Een valkuil bij impact meten is dat je de eerste fasen van dat groeipad onderschat. Daarom drie concrete tips:

Tip 1: Stel impactdoelen

Vertaal je missie naar impactdoelen. Je missie gaat over welk probleem je wilt oplossen en hoe je dat doet. Je impactdoelen gaan over welke verbetering je precies wilt zien. Ze helpen ook om activiteiten te kiezen die (bewezen) tot

impact leiden. Wat zou precies het belangrijkste effect moeten zijn van wat je doet? Voor wie? En hoe groot hoop je dat die verandering is? Impactdoelen helpen je om focus te houden in een impactmeting.

Begin een impactmeting dus met de vraag: welke effecten zijn het belangrijkste voor mijn impactdoelen? Daar begin je met meten.

Tip 2: Ga na welke gegevens je al hebt

Begin eens te denken vanuit wat je allemaal kunt tellen. Welke contactmomenten zijn er met je doelgroep? Welke cijfers houd je periodiek bij? Vaak geven zulke cijfers vooral inzicht in hoe groot je bereik is. Daarmee is nog niet zo veel gezegd over het effect dat je hebt. Toch kan het ook dan helpen om helder te krijgen hoe je gemakkelijk extra gegevens kunt verzamelen. Maar let op: meet niet wat makkelijk te meten is, maar meet wat het meest belangrijk is met het oog op je impactdoelen.

Tip 3: Meet niet alles, dan meet je grondiger

Als veel verschillende effecten gemeten worden, kan je meting oppervlakkig blijven en weinig inzichten opleveren. Het is daarom waardevoller om een klein aantal effecten goed te meten. Een meting kan langzaam uitgebreid worden, bijvoorbeeld door verschillende gegevens te verzamelen of methoden te gebruiken.

De resultaten van de impactmeting kun je naast je impactdoelen leggen. Ben je tevreden? Wat kan er verbeterd worden? Moeten bepaalde activiteiten aangepast worden om de impactdoelen te bereiken? Als je voortborduurde op je vorige meting(en) leer je steeds beter wat je effectief maakt.

Trainingsaanbod Goede Doelen Nederland en Partos

Goede Doelen Nederland organiseert met enige regelmaat een workshop rond het monitoren en evalueren van effecten. In zo'n training ga je aan de slag met al je vragen over instrumenten, methoden en technieken. De training duurt een dagdeel en kost ongeveer € 150 per deelnemer. Voor leden is er korting. [Hier](#) vind je meer informatie of neem contact op en meld je aan.

Partos heeft een vergelijkbaar aanbod speciaal voor organisaties in internationale ontwikkeling. Neem contact op of [meld je aan](#) per mail.



5. WAT DRAAG IK BIJ AAN EEN BETERE WERELD?

Doet het er toe: heb ik waargemaakt wat ik had beloofd?

Een zee vol verhalen

Wat draag ik bij aan een betere wereld? Met die vraag maken we de cirkel weer rond naar het ideaal waar jij en de medemogelijkmaker in geloven. Met alles wat je gedaan hebt om dat ideaal te verwezenlijken heb je een verhaal te vertellen. Van zulke impactverhalen zijn er net zo veel als er goede doelen zijn. Iedere goededoelenorganisatie vertelt dat verhaal op haar eigen manier. Met haar eigen beeld, eigen testimonials en eigen indicatoren.

Als CBF vragen we ons af of we daar met zijn allen niet een beetje meer lijn in kunnen krijgen. Natuurlijk met behoud van vrijheid en eigenheid. Maar het zou goed zijn om ook als sector onze gezamenlijke impact te kunnen verantwoorden.

Een betere wereld in kaart brengen

Wat we verstaan onder een betere wereld hebben we op wereldschaal met elkaar afgestemd binnen de VN. We komen dan tot zeventien doelen. Zeventien *Sustainable Development Goals* (SDGs). Veelzijdig als onze sector is, zijn er altijd wel wat dingen die daar net niet helemaal binnen passen. Maar voor het grootste deel geldt dat we de aansluiting kunnen maken. Wie bijdraagt aan een betere wereld moet toch kunnen aangeven op welk vlak hij dan verschil maakt, ook als je niets kunt zeggen over hoe groot dat verschil dan precies is.

Het CBF vindt dat alle goededoelenorganisaties, als verwezenlijkers van een betere wereld, zouden moeten nagaan hoe hun impactverhaal aansluit op de SDGs.



WE DEDEN EEN METING IN DE SECTOR

Wat hebben we gevraagd?

We gaven een korte introductie op de Sustainable Development Goals. Daarbij hebben we aangestipt dat ze ook relevant zijn voor de Nederlandse context. We vroegen vervolgens in hoeverre een organisatie bekend is met de SDGs. En zo ja, op welke zij de meeste impact heeft.

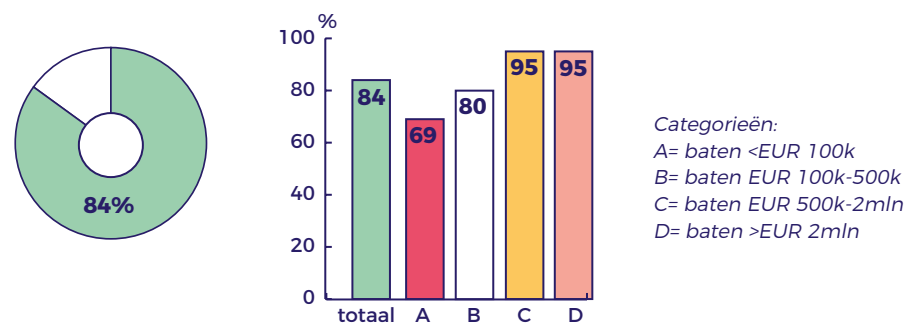
We vroegen ook in hoeverre organisaties rapporteren langs de kaders van de SDGs. Tot slot vroegen we in hoeverre de SDGs een plaats krijgen in de organisatiestrategie.

Wat hebben we geanalyseerd?

PwC heeft geanalyseerd in hoeverre organisaties rapporteren langs de lijnen van de SDGs. Zijn daar lijnen in te ontdekken? En wat zijn belemmeringen die organisaties ervaren?

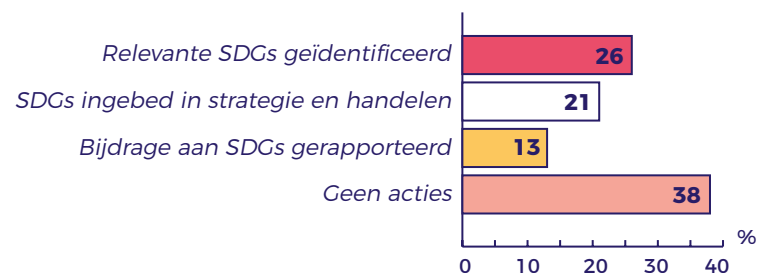
Wat zijn de resultaten?

Wie zegt bekend te zijn met de *Sustainable Development Goals*?



84% van de organisaties zegt bekend te zijn met de SDGs. In 2017 was dat nog 67%.

Wat die bekendheid betekent is heel divers. Naar eigen zeggen heeft 26% van de organisaties voor hen relevante SDGs geïdentificeerd. Ook zegt 21% dat SDGs zijn ingebed in de strategie en manier van handelen. Bovendien zegt 13% van de organisaties haar bijdrage aan de SDGs te rapporteren, bijvoorbeeld in het jaarverslag. Toch geeft ook 38% van de organisaties aan niets met de SDGs te doen.



De top 8 SDGs waarop organisaties impact maken is niet gewijzigd ten opzichte van 2017. In de overige 9 treden kleine verschuivingen op. Er waren 26 (6%) organisaties die hierbij kozen voor de mogelijkheid 'niet een van de 17 SDGs, maar iets anders, namelijk'. Organisaties konden daar een toelichting op geven. Voor ongeveer de helft van de toelichtingen geldt dat deze inderdaad niet passen in de kaders van de SDGs.

Sommige organisaties ervaren belemmeringen om de SDGs te implementeren in de strategie of om over de SDGs te rapporteren. De meest gegeven antwoorden waren: doelstellingen organisatie niet te linken aan SDGs, het attributie-vraagstuk, uitdaging ten aanzien van het niveau van meten en rapporteren en niet de middelen of menskracht om dit uit te werken.

WAT LEREN WE DAARUIT?

Vrijwel alle organisaties zijn bekend met de SDGs, zeker als het gaat om de grote organisaties. Organisaties proberen op verschillende manieren om de aansluiting te vinden met de SDGs. Toch heeft bijna 40% nog niets met de SDGs gedaan.

Er is een aantal organisaties die aangeven dat hun resultaten niet passen binnen de kaders van de SDGs. Voor de helft van deze organisaties geldt dat die conclusie te snel wordt getrokken. Toch is dat voor een beperkt aantal organisaties een terechte constatering.

De belemmeringen om te rapporteren over de SDGs liggen op twee vlakken. Enerzijds wat meer algemene uitdagingen rond het meten en rapporteren van impact. Anderzijds dat indicatoren van de SDGs niet gemakkelijk aansluiten op geboekte resultaten.

Het lijkt erop dat er een goede aansluiting is te maken tussen de effecten van goededoelenorganisaties en de SDGs. Er is nog geen eenduidig antwoord op de vraag hoe dat te doen.



ENKELE ADVIEZEN

Advies van PwC: goed doen past bijna altijd in de SDGs

PwC brengt al een paar jaar in kaart hoe organisaties de SDGs betrekken in hun bedrijfsvoering. Daarbij wordt niet alleen gekeken naar goededoelenorganisaties, maar ook naar lokale overheden, bedrijven en *social enterprises*. Onze ervaring is: bijna altijd is er aansluiting te vinden met de zeventien doelen. Daarvoor is het wel nodig dat je je verdiept in de subdoelen en de indicatoren.

Tip 1: maak expliciet wat je weet en wat nog niet

Goededoelenorganisaties geven hun resultaten weer in hun eigen prestatie-indicatoren. Daarmee communiceren ze ook naar hun achterban. Het is niet altijd eenvoudig die te koppelen aan indicatoren of doelstellingen van de SDGs. Ons advies is: maak expliciet wat je weet, en wat je nog niet weet.

Een suggestie voor hoe? Breng voor je belangrijkste prestatie-indicatoren in kaart:

- aan welke (sub)doelen deze resultaten bijdragen;
- wat jouw organisatie aanvullend doet op wat in de doelen staat;
- wat in de doelen staat dat jouw organisatie (bewust) niet doet.

Tip 2: begin bij je activiteiten, niet bij je indicatoren

Er zijn initiatieven die voor jou de link leggen tussen wat je doet en aan welke SDGs je bijdraagt. Een goed voorbeeld daarvan is MAEX. Zij ontwikkelden de *social handprint* waarbij vooral kleine initiatieven zich aansluiten. Op basis van een vragenlijst berekent het systeem van MAEX aan welke SDGs jouw organisatie bijdraagt. Het aanmaken van een profiel is gratis en een mooie manier om de expertise van anderen te gebruiken om je impact in kaart te brengen aan de hand van de SDGs.

LEER, DEEL EN... WIN!

Wat is de Impact Challenge?

Impact staat al een aantal jaar hoog op de agenda in de goededoelensector. Sinds 2017 heeft het onderwerp steeds meer nadruk gekregen. Een brede groep organisaties hebben de handen ineen geslagen om het impact-denken te stimuleren. Dat doen ze gezamenlijk onder de vlag van de Impact Challenge.

De gezamenlijke missie van de Impact Challenge is: de maatschappelijke impact van de goededoelensector vergroten en beter zichtbaar maken.

De Impact Challenge omvat een aantal activiteiten. In de eerste plaats natuurlijk de CBF sectorreflectie. In 2017 brachten we voor het eerst een onderzoek uit naar de toepassing van een min of meer systematische werkwijze van goededoelenorganisaties om zo veel mogelijk effect te bereiken. Dit boekje is in feite de tweede meting.

Het meest in het oog springt natuurlijk het jaarlijkse Impact Challenge Event bij ABN Amro. Tijdens dat event is ook de finale van de Impact Challenge Award. De Award belooft organisaties die geleerde lessen delen en advies geven aan collega organisaties.

In de derde plaats is er de Impactwijzer. Dat is de online vraagbaak voor impact vraagstukken. Daarnaast is er natuurlijk een verdiepend trainingsaanbod.

De initiatiefnemers van de Impact Challenge zijn toezichthouder CBF, brancheorganisaties Partos en Goede Doelen Nederland, kennispartners Impact Centre Erasmus en PwC en een aantal vooroplopende goededoelenorganisaties. Rondom het Event en de Impact Challenge Award zijn ook een aantal consultants betrokken (Avance, Sinzer, MDF en Shape your world) en levert ABN Amro een belangrijke bijdrage.

De Impact Challenge Award

Binnen de Impact Challenge vinden we het erg belangrijk om samen te leren. Organisaties die hun leerervaringen willen delen met collega's willen we belonen. Dat doen we met de Impact Challenge Award.

Hoe doe je mee?

Je doet mee door te delen wat jij hebt geleerd uit wat een briljante mislukking bleek te zijn. Dat doe je aan de hand van een concreet project/programma waarin je op een bepaalde manier je neus hebt gestoten. Wat ging er mis en wat heb je geleerd? Bovendien geef je een advies aan collega-organisaties.

Wat moet je doen?

Je kunt meedoen door het beknopte inschrijfformulier in te vullen. Uit de inzendingen wordt een aantal kanshebbers geselecteerd. Zij beschrijven uitgebreider de casus, de geleerde les en hun advies aan collega-organisaties. De winnaar wordt gekozen door een jury-oordeel en publiekswaardering op het Impact Event.

Wat kun je winnen?

De top vijf meest inspirerende leerervaringen wint. De hoofdprijs is een strategisch adviestraject. Daarnaast zijn er vier kortere adviestrajecten op maat beschikbaar van vier adviesbureaus. Allemaal stellen ze ongeveer een dag beschikbaar om je te helpen je eigen impactsystematiek verder te professionaliseren.

Inschrijven

Meer informatie en het deelnameformulier vind je [hier](#).

- 1 WAAROM DOE IK WAT IK DOE?**
Kan ik logisch beredeneren waarom ik verwacht dat dit werkt?
- 2 HOE WEET IK DAT WAT IK DOE OOK WERKT?**
Welke aannames heb ik gedaan en heb ik die kritisch onderzocht?
- 3 IS DIT HET BESTE WAT IK DOEN KAN?**
Van alle mogelijke oplossingen in deze context en bij deze behoefte, vind ik dit het beste alternatief?
- 4 WAT IS HET EFFECT DAT IK ZIE?**
Wat heb ik toegevoegd dat niet sowieso was gebeurd? Is dit de verandering die ik hoopte te zien? Welke onbedoelde effecten zie ik?
- 5 WAT DRAAG IK BIJ AAN EEN BETERE WERELD?**
Doet het er toe: heb ik waargemaakt wat ik had beloofd?