

A hand is shown from the top left, pointing its index finger down towards a pool of water. The water is a deep blue color and shows concentric ripples emanating from the point where the finger is about to touch. The background is a soft, out-of-focus blue sky with some light clouds. The overall mood is contemplative and focused on the concept of impact.

# Impact Challenge

Sectorreflectie over de  
impact van goede doelen

---

# Impact Challenge

Sectorreflectie over de impact van goede doelen

---



# Inhoudsopgave

---

Voorwoord	5
Samenvatting	6
De inventarisatie: Hoe zijn we te werk gegaan?	8
Uitgangspunten en begrippen	10
Uitkomsten per thema	13
1. Eenvoudige verandertheorie: Logisch redeneren van activiteit naar beoogd effect	14
2. Bewijsvoering vooraf over de verandertheorie	18
3. Voordat ik start: Hoe weet ik wat de doelgroep wil? Wat doen anderen? Is er een goed alternatief?	22
4. Evalueren en monitoren: Heeft wat ik doe het gewenste effect?	26
5. Sustainable Development Goals: Bruikbaar als kapstok?	30
Impact Challenge: Het vervolg	35
Onderdelen Impact Challenge	36



# Voorwoord

---

Iedereen kent de gevleugelde woorden: meten is weten. Dat klinkt heel logisch. Voor het meten van impact is dat echter eenvoudiger gezegd dan gedaan. Alvorens je gaat meten moet je eerst weten waar je het eigenlijk over hebt. Voor je het weet is er verwarring over de gehanteerde begrippen of beland je in discussies over de bruikbaarheid van het model om je verandertheorie te staven, dan wel over de vraag in welke mate je impact überhaupt kunt meten.

Het bieden van concrete oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken is waar het in de goededoelenwereld om draait. Een vraag als 'hoe weet ik dat wat ik doe daadwerkelijk het beoogde effect heeft?' raakt dan de kern. Wij staan nu voor de uitdaging om deze vraag nog bewuster en meer systematisch te beantwoorden. Een open en ontwikkelgerichte houding is daarbij noodzakelijk om als sector stappen te kunnen zetten. De eerste stap hebben ruim 400 organisaties gezet door de reflectievragen te beantwoorden die onderdeel waren van de jaarlijkse toetsing. Daar zijn wij als ontwikkelgerichte toezichthouder heel blij mee. Wij hebben de erkende organisaties deze vragen gesteld omdat doelrealisatie een van de ontwikkelpunten is in de nieuwe Erkenningsregeling en omdat we een vertrekpunt willen creëren van waaruit we als sector aan impact kunnen werken.

Ik wil alle erkende organisaties bedanken voor hun medewerking en openheid bij de beantwoording van de vragen. Veel dank ook aan de Initiatiefgroep Impact Challenge voor het meedenken, aan de goede doelen die aan de reflectie op de uitkomsten hebben meegewerkt en in het bijzonder aan onze kennispartners Impact Centre Erasmus en PwC die hebben geholpen bij de analyse van de uitkomsten.

Deze sectorreflectie is onderdeel van de Impact Challenge, een sectorbreed initiatief om de maatschappelijke impact van de goededoelensector te vergroten en beter zichtbaar te maken. Hierbij is door de initiatiefnemers bewust gekozen voor de term "challenge". De uitkomsten in deze sectorreflectie laten zien dat we als sector voor een uitdagende opgave staan om het effect van onze inspanningen verder te vergroten en aantoonbaar te maken.

Deze inventarisatie onder alle erkende goede doelen is bedoeld als een spiegel. Tijdens een eerste reflectiesessie, met mensen uit alle hoeken van de sector, merkten we dat de resultaten uitnodigen tot discussie, kennisuitwisseling en het stellen van veel nieuwe vragen. En dat is precies onze bedoeling.

Roline de Wilde  
Directeur-bestuurder CBF



# Samenvatting

---

Deze sectorreflectie is onderdeel van de Impact Challenge, een sectorbreed initiatief om de maatschappelijke impact van de goededoelensector groter en beter zichtbaar te maken. Een van de ontwikkelpunten in de nieuwe Erkenningsregeling gaat in op doelrealisatie. Bovendien is het onderwerp impact door de goede doelen zelf als belangrijkste ontwikkelpunt voor de sector naar voren geschoven.

**Doelstelling sectorreflectie:**  
Inzicht krijgen in waar we als sector staan met impact en organisaties laten reflecteren op het effect van hun activiteiten.

Het algemene beeld is dat er inderdaad sprake is van een *Impact Challenge*: het blijkt een lastig onderwerp waarbij er veel kansen liggen. De kernvraag hierbij is: hoe weet ik dat wat ik doe daadwerkelijk het beoogde effect heeft? Wij hopen dat de inzichten uit deze sectorreflectie voor goede doelen een extra stimulans zullen zijn om hiermee verdere slagen te maken.





Thema	Samenvatting	Reflectievragen
<b>1. Eenvoudige verandertheorie: Logisch redeneren van activiteit naar beoogd effect</b>	Bij bijna 60% is sprake van een logisch beschreven opbouw van een voorbeeldproject naar het gewenste effect.	<b>“In hoeverre ben ik in staat logisch te beschrijven hoe mijn activiteit effect heeft op de missie van mijn organisatie?”</b>
<b>2. Bewijsvoering vooraf over de verandertheorie</b>	Het vooraf raadplegen van relevant onderzoek over de effectiviteit van de aanpak wordt naar eigen zeggen door tweederde van de organisaties gedaan.	<b>“In hoeverre heb ik kritisch gereflecteerd of er bewijs is over het gewenste effect van mijn project?”</b>
<b>3. Voordat ik start: Hoe weet ik wat de doelgroep wil? Wat doen anderen? Is er een goed alternatief?</b>	Uit de voorbeeldprojecten blijkt dat er grote verschillen zijn in de wijze en mate van projectvoorbereiding waaronder het al dan niet overwegen van alternatieven.	<b>“Wat is mijn uitgangspunt: De behoefte van de doelgroep en de missie van mijn organisatie, of mijn kenmerkende werkwijze?”</b>
<b>4. Evalueren en monitoren: Heeft wat ik doe het gewenste effect?</b>	Het toepassen van een duidelijke en passende methode om impact te evalueren is nog geen gemeengoed.	<b>“In hoeverre heb ik een duidelijke en passende manier om het effect van het project op de missie van mijn organisatie te evalueren?”</b>
<b>5. Sustainable Development Goals: Bruikbaar als kapstok?</b>	Ruim tweederde is bekend met de SDGs. Op basis van de resultaten is nog niet duidelijk of de SDGs door de sector als een bruikbare kapstok worden gezien om impact zichtbaarder te maken en in een bredere context te zetten.	<b>“Hoe verhoud ik mij als goed doel tot de SDGs?”</b>



# De inventarisatie: Hoe zijn we te werk gegaan?

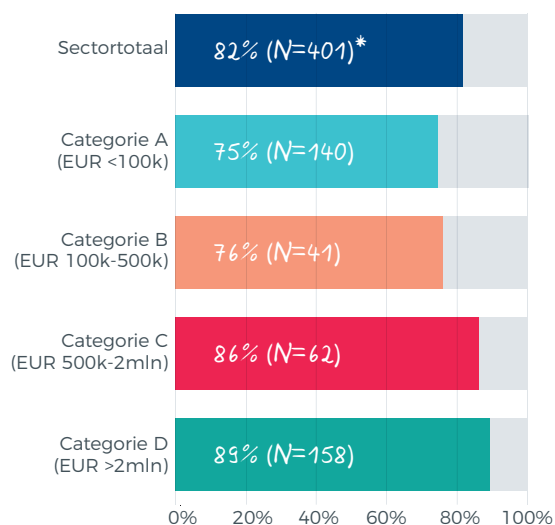
## Onderzoeksaanpak

Door middel van een vragenlijst is stap voor stap gekeken of, en zo ja hoe, er wordt gewerkt aan het verhogen van effectiviteit. Er is gestart met de versimpelde verandertheorie. Ook is gevraagd naar de onderliggende logica van een projectkeuze, het onderzoek dat gebruikt is ter voorbereiding van het project, en de monitoring en evaluatie van de effecten. Tot slot is onderzocht in hoeverre de Sustainable Development Goals (SDGs) een bruikbare kapstok bieden.

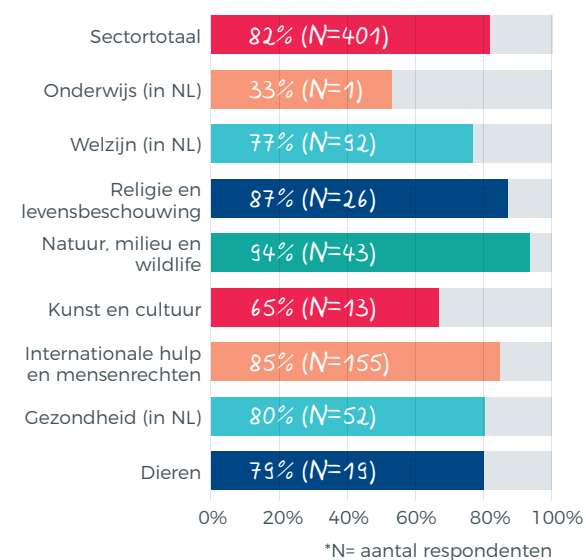
De resultaten zijn waar mogelijk gevalideerd door het Impact Centre van de Erasmus Universiteit dan wel door PwC (vragen over de SDGs).

491 > 82% organisaties benaderd    401 > 77% organisaties gerespondeerd    378 gevalideerde respons organisaties gevalideerd door de kennispartners

### Respons naar organisatieomvang



### Respons naar sectorsegment





## Thema's

- 1.**  
Eenvoudige verandertheorie:  
Logisch redeneren van activiteit naar beoogd effect
- 2.**  
Bewijsvoering vooraf over de verandertheorie
- 3.**  
Voordat ik start: Hoe weet ik wat de doelgroep wil? Wat doen anderen?  
Is er een goed alternatief?
- 4.**  
Evalueren en monitoren:  
Heeft wat ik doe het gewenste effect?
- 5.**  
Sustainable Development Goals:  
Bruikbaar als kapstok?

# Uitgangspunten en begrippen

---

**Om deze sectorreflectie vanuit hetzelfde vertrekpunt te begrijpen, staan de uitgangspunten en begrippen hier uitgelegd.**

## Impact Challenge

Een sectorbreed initiatief om de maatschappelijke impact van de goededoelensector groter en beter zichtbaar te maken. In 2017 bestaat de Impact Challenge uit een inventarisatie op sectorniveau (de sectorreflectie), een impact-evenement en een leergang doelrealisatie. Het CBF neemt de inzichten uit de sectorreflectie mee in de toetsingsgesprekken met erkende organisaties.

## Sectorreflectie

Het verspreiden van de vragenlijst, de antwoorden van de goede doelen en de analyse en resultaten van de respons sectorbreed.

## Sectorsegment

De goededoelensector is opgedeeld in acht segmenten, te weten Onderwijs (in NL), Welzijn (in NL), Religie en levensbeschouwing, Natuur, milieu en wildlife, Kunst en cultuur, Internationale hulp en mensenrechten, Gezondheid (in NL) en Dieren.

## Organisatiecategorie

Op basis van de som van de baten is de goededoelensector door het CBF opgedeeld in vier categorieën, te weten categorie A (tot 100.000), B (tot 500.000), C (tot 2 miljoen) en D (boven 2 miljoen).

## Verandertheorie

Een denkraam om de stappen van activiteit naar impact op een logische manier te beschrijven. Het verandermodel is een praktisch hulpmiddel om deze theorie te beschrijven. De organisaties is gevraagd om het model in te vullen vanuit één best-practice-project.

## Output

De telbare resultaten: wat we tellen als het klaar is.



## Outcome

Wat we willen zien als gevolg van de telbare resultaten.

## Impact

Het effect van deze gevolgen op de missie van de organisatie.

## Best-practice-project

Een project dat de organisaties zelf als hun meest succesvolle of leerzame project zien en dat gebruikt is bij het invullen van de vragenlijst.

## Reikwijdte van de inventarisatie

Omdat de resultaten gebaseerd zijn op één project, geven ze een goede indicatie

van hoe de sector er op dit moment voorstaat, maar geen representatief totaaloverzicht van de organisaties of sector als geheel op het gebied van impact.

### **Naar eigen zeggen versus gevalideerd**

Een deel van de resultaten in dit rapport is 'naar eigen zeggen'. Dat betekent dat de deelnemers zelf hebben aangegeven dat ze een bepaalde werkwijze hanteren. Gevalideerd zijn resultaten die waar mogelijk getoetst zijn op basis van de beschreven antwoorden en bijgevoegde documenten. Het Impact Centre van de Erasmus Universiteit of PwC (SDGs) hebben beoordeeld of wat men zegt te doen, ook daadwerkelijk is gebeurd.



### **Resultaten**

De belangrijkste uitkomsten, verschillen of opvallende resultaten zijn in dit rapport getoond. De uitkomsten van verschillende segmenten van de sector zijn over het algemeen vergelijkbaar. Waar dit niet zo is, wordt dit vermeld.

### **Initiatiefgroep**

Initiatiefnemers voor de gehele Impact Challenge. De groep bestaat uit CBF, brancheorganisaties Goede Doelen Nederland en Partos, kennispartners Impact Centre Erasmus en PwC en de volgende goedgeoedelenorganisaties: Wakker Dier, Nierstichting, Plan Nederland, Amref Flying Doctors, de Natuur en Milieufederaties, Simavi en The Hunger Project.

### **Reflectiegroep**

Een groep vertegenwoordigers, grotendeels niet afkomstig uit de initiatiefgroep, heeft per thema gereflecteerd op de resultaten. De groep bestaat uit CBF, brancheorganisaties Goede Doelen Nederland en Partos, kennispartners Impact Centre Erasmus en PwC en dertien vertegenwoordigers van twaalf Erkende Goede Doelen, afkomstig uit bijna alle segmenten van de

sector: Wakker Dier, Hartstichting, Hersenstichting, Amnesty, Care Nederland, Mama Cash, Wilde Ganzen, Prins Bernhard Cultuurfonds, 3xM, Missie Nederland, Humanitas en Meedoen Mogelijk Maken. Deze reflectiegroep heeft per thema een reflectievraag geformuleerd die het CBF als uitgangspunt heeft gebruikt om reflectievragen voor alle Erkende Goede Doelen te formuleren.

### **Reflectievragen**

De reflectievragen in dit document zijn door het CBF geformuleerd in overleg met de kennispartners, de initiatiefgroep en de reflectiegroep.

### **Tips en quotes**

De tips en quotes die in dit document worden gebruikt zijn afkomstig van vier verschillende bronnen. Bij elke tip of quote staat de bron vermeld:

- Uit de vragenlijst.
- Uit de reflectiegroep.
- Uit de interviews van PwC.
- Van de kennispartners.



# Uitkomsten per thema

---

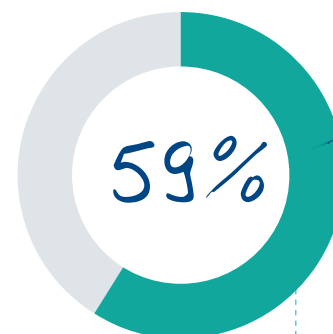


# 1. Eenvoudige verandertheorie: Logisch redeneren van activiteit naar beoogd effect

Hoe draagt het gekozen best-practice-project bij aan het realiseren van de missie van uw organisatie? Dit was de vraag die in de vragenlijst gesteld werd. Aan de goede doelen werd gevraagd het verandermodel in te vullen. Het Impact Centre van de Erasmus Universiteit heeft gekeken of in het ingevulde model een heldere beschrijving bij de stappen staat. Daarbij is bij de analyse aangenomen dat de doelstelling van het project in lijn is met de missie van de organisatie. Betreft de beschreven output daadwerkelijk telbare resultaten? Beschrijft outcome inderdaad een gewenste verandering op de korte of middellange termijn? Betreft de beschreven impact een hoger aggregatieniveau dan de directe gevolgen en past dit bij de doelstelling van het project? En volgen activiteit – output – outcome – impact elkaar op een logische wijze op? Kortom, zit er een logica in het eenvoudige verandermodel?

## Reflectievraag

**“In hoeverre ben ik in staat logisch te beschrijven hoe mijn activiteit effect heeft op de missie van mijn organisatie?”**



## Resultaat

*Een ruime meerderheid (59%) heeft het aangereikte model stap voor stap logisch ingevuld.*

*“De beste van de klas moet zijn ervaringen met de rest delen”*

*Goededoelenorganisatie uit de reflectiegroep*

**Samenvatting** Bij bijna 60% is sprake van een logisch beschreven opbouw van een voorbeeldproject naar het gewenste effect.



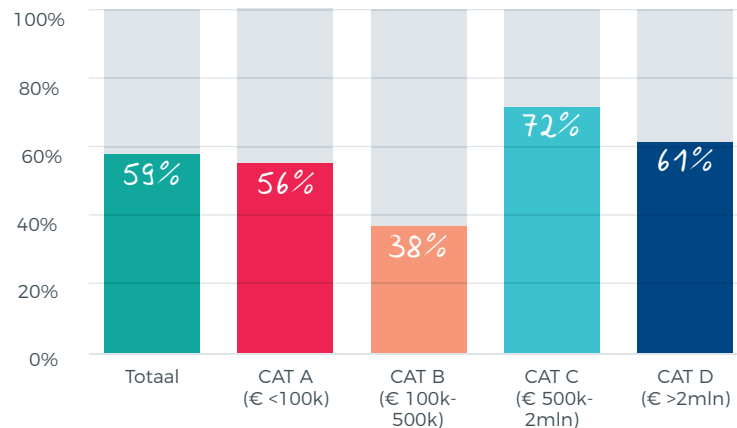
## Voorbeeld logische verandertheorie

### Projectdoel:

#### Behoud van biodiversiteit door aankoop van regenwoud

- Wat het ons kost (input): EUR 100.000
- Wat we doen (activiteit): Werven van gelden, organiseren van toezicht op natuurgebieden, aankoop van natuurgebieden
- Wat we tellen als het klaar is (output): aangekochte hectaren natuurgebied
- De directe gevolgen van deze telbare resultaten (outcome): Beschermde biodiversiteit
- Het effect van deze gevolgen op de missie van de organisatie (impact): Het aangekochte gebied blijft in zijn natuurlijke staat en ongemoeid van menselijke verstoring

### Logische opbouw van de beschreven verandertheorie bij het best-practice-project



## Resultaat



## Voorbeeld onlogische output

- Wat we doen (activiteit): het begeleiden van vluchtelingen.
- Wat we tellen als het klaar is (output): minder kans op financiële problemen en het vaker volgen van een opleiding.
- Validatie: het aantal begeleide vluchtelingen is een telbaar resultaat (output). Minder kans op financiële problemen is een gevolg van de telbare resultaten (outcome).



## Tip

'Houd continu je missie voor ogen. In plaats van 'zomaar' leuke ideeën te bedenken, eerst het doel concreet formuleren en dan een pad maken dat daarnaartoe leidt.'

Goededoelenorganisatie uit categorie A, segment Gezondheid.

## Tip

'Zorg dat je een verandertheorie hebt bij elk project en op organisatieniveau. Controleer regelmatig of die theorie nog klopt. Zorg dat je flexibel genoeg blijft om bij te sturen.'

Goededoelenorganisatie uit categorie D, segment Internationale hulp en mensenrechten

## 2. Bewijsvoering vooraf over de verandertheorie

---

Heeft u, voordat u koos voor dit project, onderzoeken geraadpleegd die inzicht geven in de mate waarin dit type project ook leidt tot het beoogde effect? Deze vraag is aan de organisaties voorgelegd. Hierbij kon onderscheid worden gemaakt in verschillende typen onderzoek, zoals wetenschappelijk onderzoek, extern onderzoek, onderzoek van koepel of branche, eigen onderzoek, stage-onderzoek, praktijkervaring met eerdere projecten of een ander soort onderzoek. Ook werd de organisaties gevraagd voorbeelddocumenten bij te voegen.

**Reflectievraag:**  
**“In hoeverre heb ik kritisch gereflecteerd of er bewijs is over het gewenste effect van mijn project?”**

---

**Samenvatting** Het vooraf raadplegen van relevant onderzoek over de effectiviteit van de aanpak wordt naar eigen zeggen door tweederde van de organisaties gedaan.

---

### Resultaat

---

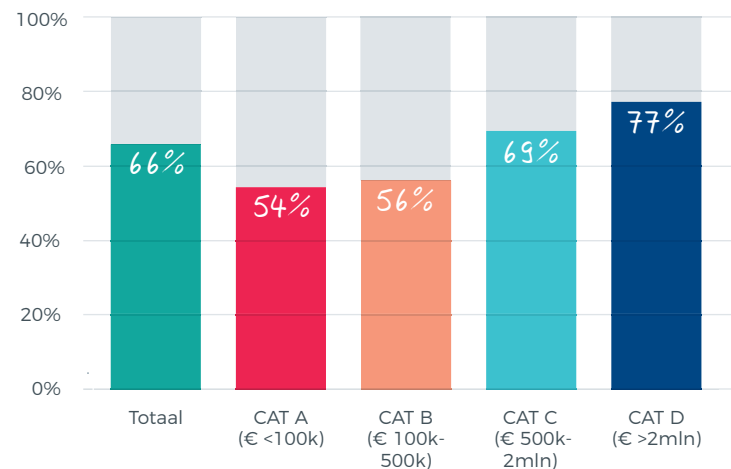
**66%** van de organisaties heeft naar eigen zeggen voorafgaand aan hun project onderzoek geraadpleegd.



**Slechts een kwart** van de organisaties heeft gebruik gemaakt van de mogelijkheid een of meer voorbeelddocumenten van onderzoek te uploaden die inzicht geven of de activiteit ook daadwerkelijk leidt tot het beoogde effect.

Van alle voorbeelddocumenten geeft **de helft** inzicht in de mate van effect van de geplande activiteit van het project.

### Organisaties die naar eigen zeggen onderzoek raadplegen over de mate waarin het project leidt tot het beoogde effect.



### Resultaat

**56%** van de organisaties raadpleegt naar eigen zeggen een vorm van onafhankelijk onderzoek (wetenschappelijk onderzoek, extern onderzoek of onderzoek van koepel of branche).

**9%** van de organisaties raadpleegt naar eigen zeggen uitsluitend eigen onderzoek of praktijkervaring.

### Resultaat

Van de organisaties uit categorie A is dit **54%**, maar naarmate de organisatie groter wordt neemt dit percentage snel toe.

**77%** van de organisaties in categorie D onderzocht naar eigen zeggen vooraf de effectiviteit van het project.

“Ik ben benieuwd naar de motivatie om vooraf geen onderzoek te raadplegen!”

Goeddoelenorganisatie  
uit de reflectiegroep

## Tip

'Onderzoek vooraf goed met welke activiteiten je de meeste impact behaalt voor de doelgroep en betrek de doelgroep daar ook in.'

*Goededoelenorganisatie uit categorie D, segment Gezondheid*

## Tip

'Begin bij het maken van een verandertheorie bij de impact en redeneer terug naar wat je dan moet doen. Gebruik bestaand bewijs, zoals evaluaties of wetenschappelijk onderzoek, dat ondersteunt wat goede methoden zijn.'

*Goededoelenorganisatie uit categorie D, segment Internationale hulp en mensenrechten*





### 3. Voordat ik start: Hoe weet ik wat de doelgroep wil? Wat doen anderen? Is er een goed alternatief?

---

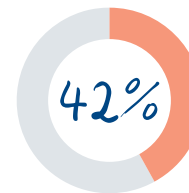
Naast een logische onderbouwing en bewijsvoering voor de start van het project, is naar een aantal aspecten van de projectvoorbereiding gevraagd. Zo is geïnventariseerd op welke manier organisaties de behoefte van de doelgroep van het project hebben bepaald. Ook is gevraagd of organisaties weten of andere partijen zich richten op hetzelfde doel of dezelfde doelgroep. Tot slot is de vraag voorgelegd of organisaties voor de start van het project alternatieve manieren hebben overwogen om het doel van het project te kunnen behalen.

**Reflectievraag**  
“Wat is mijn uitgangspunt: De behoefte van de doelgroep en de missie van mijn organisatie, of mijn kenmerkende werkwijze?”

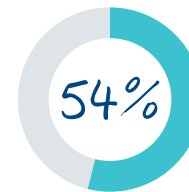
#### Is er een goed alternatief?

##### Resultaat

---



Naar eigen zeggen overweegt 42% alternatieve manieren om het doel van het project te halen. Grotere organisaties overwegen vaker een alternatief dan kleinere organisaties. Organisaties in de sectorsegmenten Dieren en Natuur, milieu en wildlife overwegen naar eigen zeggen minder vaak dan gemiddeld een alternatieve aanpak.



Bij validatie van de antwoorden blijkt dat in 54% van de gevallen het beschreven alternatief inderdaad een andere oplossing zou kunnen bieden voor hetzelfde probleem.

---

**Samenvatting** Uit de voorbeeldprojecten blijkt dat er grote verschillen zijn in de wijze en mate van projectvoorbereiding waaronder het al dan niet overwegen van alternatieven.

---

## Hoe heeft u bepaald wat de behoefte is van de belangrijkste doelgroep van het project?

### Resultaat

**Bijna alle** organisaties onderzoeken wat de doelgroep wil en wat anderen doen. Hierbij speelt de eigen praktijkervaring en eigen onderzoek een belangrijke rol.

Naar eigen zeggen raadpleegt **37%** van de organisaties wetenschappelijk onderzoek, extern onderzoek en/of onderzoek van koepel of branche om de behoefte van de doelgroep te bepalen.

**13%** raadpleegt naar eigen zeggen uitsluitend eigen onderzoek of eigen praktijkervaring.

### Tip

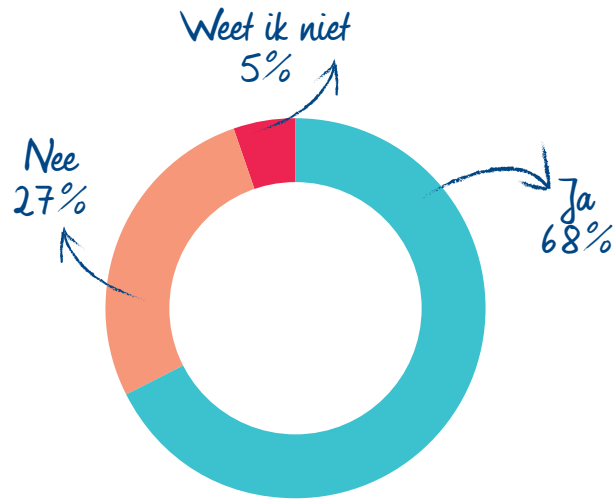
'Betrek zo veel mogelijk betrokkenen bij het selecteren van bestedingsdoelen. In ons geval vanuit de patiëntengroep, maar ook verzorgende, gezin, verpleging en bijv. school.'

*Goededoelenorganisatie uit categorie B, segment Gezondheid*

"Misschien zeggen we vanuit onze 'fondsenwervingsreflex' wel een beetje te snel dat we uniek zijn?"

*Goededoelenorganisatie uit de reflectiegroep*

Zijn er andere partijen actief bij het vervullen van de behoefte van de doelgroep?



“Hoe weet ik wat ik specifiek toevoeg voor de doelgroep en hoe weet ik dat precies?”

Goededoelenorganisatie uit de reflectiegroep

## Wat doen anderen?

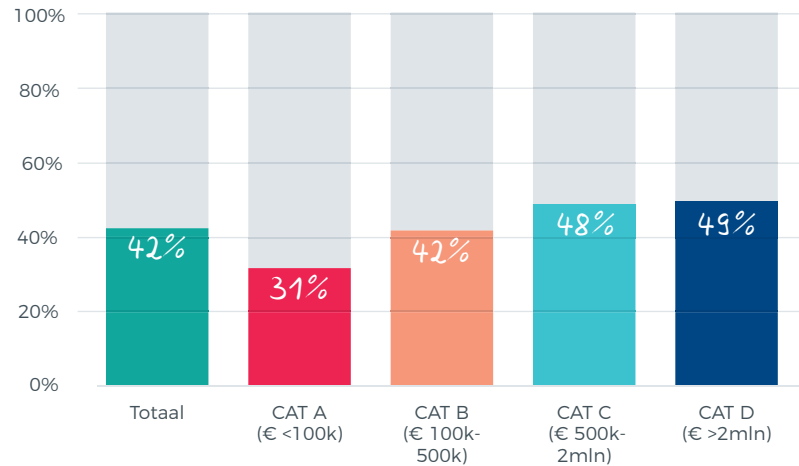
### Resultaat

**27%** van de goede doelen heeft naar eigen zeggen een **unieke rol** te vervullen in de behoefte van de doelgroep.

**5%** van de goede doelen zegt **geen inzicht** te hebben in hoeverre er andere partijen actief zijn voor de doelgroep. Er is geen duidelijk verband tussen de grootte van de organisatie en het ontbreken van dit inzicht.

In de sectorsegmenten Dieren, Kunst en cultuur en Religie en levensbeschouwing hebben **relatief meer** organisaties geen inzicht in de activiteiten van andere partijen.

**Organisaties die naar eigen zeggen een alternatieve manier hebben overwogen om het doel van hun project te behalen.**



Voorbeeld geen andere oplossing

- Een project heeft als doelstelling: het ontwikkelen en vertalen van digitaal lesmateriaal.
- Alternatieve aanpak: we hebben gekeken naar de goedkoopste manier om dit te realiseren.

Voorbeeld andere oplossing

- Een project heeft als doelstelling: 'het verzekeren van een schoolopleiding (lagere school en of middelbare school dan wel beroepsonderwijs) voor kinderen uit de armste gezinnen.
- Alternatieve aanpak: Schoolgelden worden rechtstreeks aan de school betaald. Een alternatief zou zijn om de gezinnen uit te betalen.

*Goededoelenorganisatie uit categorie D, segment Welzijn*

Tip

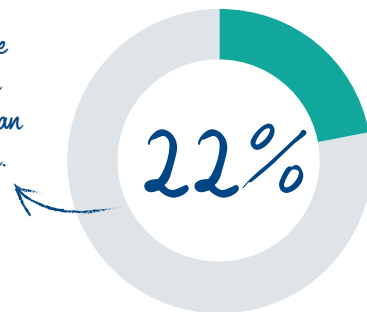
'Blijf kritisch kijken naar wat je doet en waarom. Het gaat niet om je eigen organisatie maar om het doel van de organisatie. Wees bereid om over je eigen schaduw heen te stappen.'

## 4. Evalueren en monitoren: Heeft wat ik doe het gewenste effect?

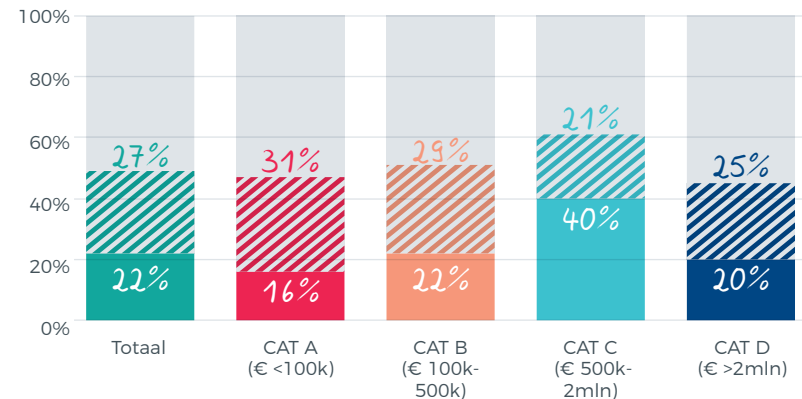
Aan de organisaties is gevraagd op welke manier naar resultaten en impact wordt gekeken, zowel tijdens de uitvoering (monitoring) als na afloop van het voorbeeldproject (evaluatie). Zo is geïnventariseerd of er telbare resultaten (output) worden geregistreerd, hoe de gevolgen van de telbare resultaten (outcome) worden gemonitord en hoe wordt geëvalueerd wat het effect is van deze gevolgen op de missie van de organisatie (impact).

### Resultaat

*Bij de validatie is gekeken of de beschreven methode duidelijk en passend is. Dit blijkt bij 22% van de organisaties het geval te zijn.*



### Hoe evalueert u wat het project bijdraagt voor het realiseren van de missie van uw organisatie?



### Reflectievraag

**“In hoeverre heb ik een duidelijke en passende manier om het effect van het project op de missie van mijn organisatie te evalueren?”**

**Samenvatting** Het toepassen van een duidelijke en passende methode om impact te evalueren is nog geen gemeengoed.

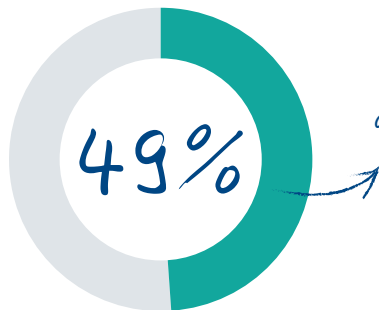
■ ■ ■ ■ duidelijke en passende methode voor impactevaluatie ■ ■ ■ ■ geen duidelijke en passende methode voor impactevaluatie ■ geen methode voor impactevaluatie

## Tip

'Wees eerlijk en realistisch in hoeverre je effecten kan toerekenen aan je eigen organisatie. Meerdere organisaties hebben een vergelijkbare missie en hebben daarin hun eigen bijdrage aan impact op een maatschappelijk probleem. Hoe mooi is het dat we die impact met elkaar realiseren!'

Goededoelenorganisatie uit categorie D, segment Welzijn

## Resultaat



49% van de organisaties beschrijft een methode voor het evalueren van het effect op de missie van de organisatie (impact).

## Voorbeeld impactevaluatie

**Doelstelling project:** een bijdrage leveren aan de weerbaarheid van mensen door verbeterde toegang tot schoon drinkwater en door verbeterde sanitaire voorzieningen en hygiëne.

**Activiteit:** constructie van latrines en waterpompen, bewustwordingscampagne voor hygiëne en diarree.

**Output:** aantal huishoudens dat latrines gebruikt, aantal huishoudens dat handenwasfaciliteiten heeft en gebruikt, aantal mensen met toegang tot schoon drinkwater.

**Outcome:** Huishoudens hebben verbeterd gedrag voor het voorkomen en behandelen van diarree.

**Impact:** verminderd aantal kinderen onder de 5 jaar dat diarree krijgt, kindersterfte als gevolg van diarree neemt af.

### Methode voor evaluatie van impact

Afnemen van vragenlijsten bij de doelgroep voordat het project start en nadat het is afgelopen. De vragen hebben betrekking op (ervaren) gezondheid en sterftcijfers.

### De validatie


De methode is duidelijk omschreven: een vragenlijst onder de doelgroep, vooraf en na afloop van het project. Ook is de methode passend: De vragen hebben bijvoorbeeld betrekking op verbeteringen ten opzichte van het probleem (hoe vaak diarree voorkomt) en op gedrag dat wordt gestimuleerd in het project (handenwassen en gebruik latrines). Deze methode helpt dus om een indruk te krijgen óf er een verbetering is. Hieruit kan echter niet worden opgemaakt of dit ook is toe te wijzen aan dit specifieke project.



“Op welk niveau evalueer je impact? Op projectniveau? Of ook op organisatieniveau?”

Goededoelenorganisatie uit de reflectiegroep





'We ontwikkelen allemaal onze eigen methodieken op ons eigen werkterrein. Laten we leren van elkaar!'

Goededoelenorganisatie uit categorie D, segment Welzijn

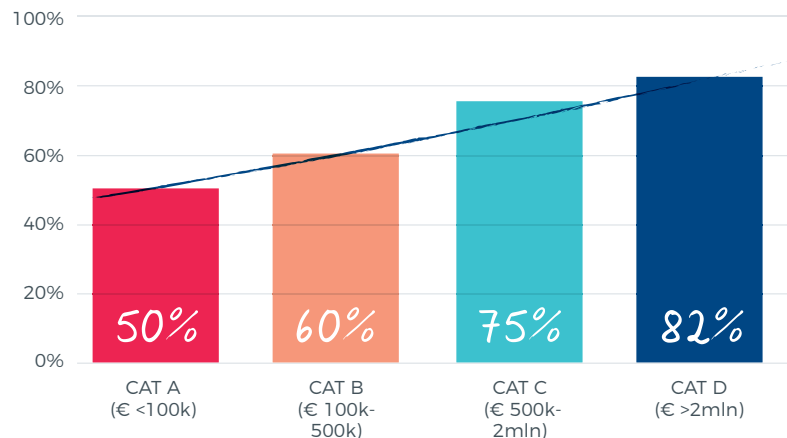
“We stoppen misschien veel effort in het ‘doen’ en minder in de evaluatie of we de goede dingen doen.”

Goededoelenorganisatie uit de reflectiegroep

## 5. Sustainable Development Goals: Bruikbaar als kapstok?

Binnen de sector bestond de behoefte te onderzoeken of de SDGs een bruikbare kapstok bieden om de impact van de sector zichtbaar te maken en in een breder perspectief te plaatsen. Daarom is een tweetal vragen over SDGs in de sectorreflectie opgenomen. Van de 401 reacties zijn 378 gevalideerd voor de analyse door PwC.

### Percentage bekend met SDGs



“Alle goede doelen dragen bij aan de SDGs, de vraag is welke behoefte er ligt om dit expliciet te maken.”

Goededoelenorganisatie uit de reflectiegroep

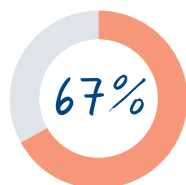
“We zoeken steeds meer samenwerking met andere partijen, onder andere het bedrijfsleven. Daar merken we dat de SDGs een taal bieden die verbindt. Bedrijven zijn door een SDG of een stel SDGs gemotiveerd.”

Goededoelenorganisatie uit de reflectiegroep

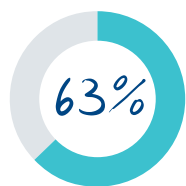
**Reflectievraag**  
“Hoe verhoud ik mij als goed doel tot de SDGs?”

**Samenvatting** Ruim tweederde is bekend met de SDGs. Op basis van de resultaten is nog niet duidelijk of de SDGs door de sector als een bruikbare kapstok worden gezien om impact zichtbaarder te maken en in een bredere context te zetten.

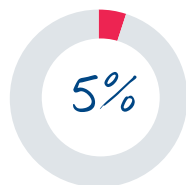
## Resultaat



**67%** van de goede doelen blijkt bekend te zijn met de SDGs. Grotere goede doelen zijn meer bekend met de SDGs dan kleinere goede doelen. Segmenten die het meest bekend zijn met SDGs, zijn Natuur, milieu en wildlife (**82%**), Internationale hulp en mensenrechten (**78%**) en Kunst en cultuur (**77%**).



Het hoofddoel van de SDGs dat het meest wordt genoemd als aansluitend op de missie van goede doelen is SDG Gezondheid en welzijn (**63%**). Het minst wordt SDG Duurzame infrastructuur, bedrijvigheid en innovatie genoemd (**4%**).

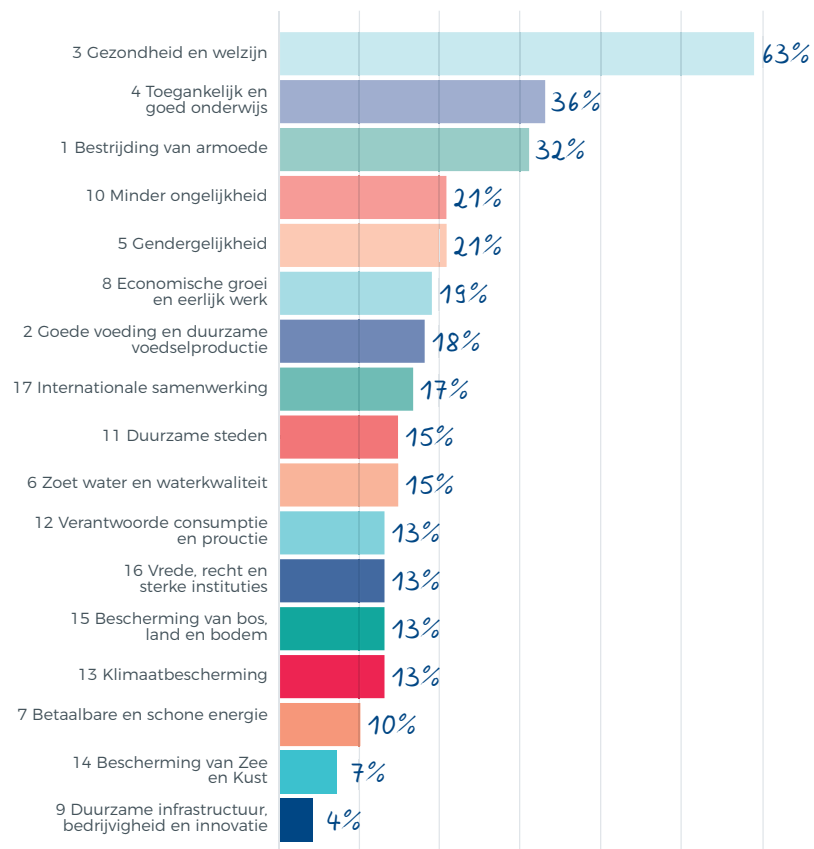


**5%** van de goede doelen geeft aan dat geen van de SDGs op de missie van het goede doel aansluiten.

**“Wij hebben erg ons best gedaan om aansluiting bij de SDGs te vinden, maar voor onze organisatie lukt dat niet.”**

Goededoelenorganisatie uit de reflectiegroep

## Welke SDGs worden door organisaties als het meest passend bij hun missie benoemd?





## Tip

'Lees ook eens de  
jaarverslagen van beurs-  
genoteerde ondernemingen  
die vaak over SDGs  
rapporteren.'

PwC



## Tip

'Om de ambitieuze SDGs te halen zullen goede doelen moeten samenwerken buiten traditionele paden door ruimte te creëren voor innovatie en partnerschappen. SDGs kunnen hier fungeren als taal die verbindt en als verantwoordingsinstrument om impact te duiden'.

PwC

## Tip

'Zoek de juiste partners die bijdragen aan doelstellingen, aanvullend of overkoepelend op de eigen organisatiedoelen, zonder daarbij de eigen focus te verliezen. De SDGs bieden hiervoor goede aanknopingspunten'

Goededoelenorganisatie uit categorie D, segment Internationale hulp en mensenrechten.



# Impact Challenge: Het vervolg

---

Deze sectorreflectie is een eerste weergave van waar de sector staat op het gebied van impact. Het algemene beeld is dat er inderdaad sprake is van een *Impact Challenge*: het blijkt een uitdagend onderwerp waarbij er veel kansen liggen voor verbeteringen. Wij hopen dat de inzichten uit deze sectorreflectie, in combinatie met de individuele terugkoppeling die de erkende organisaties krijgen, voor goede doelen een extra stimulans zullen zijn om hiermee verdere slagen te maken.

Wij vinden het belangrijk dat iedereen zichzelf op dit onderwerp kritische vragen stelt en actief kennis blijft delen. Op deze manier hoeft het wiel niet elke keer opnieuw te worden uitgevonden en gaan we effectief met onze kostbare tijd en middelen om. Het is uiteraard aan de goede doelen zelf om de uitdaging rond impact aan te gaan.

Het grote animo voor zowel deelname aan het Impact Event, als voor de verschillende door de branches georganiseerde workshops, laat zien dat het onderwerp 'impact' leeft. Het CBF participeert graag in de sectorbrede Impact Challenge vanuit zijn ontwikkel-



gerichte toezichtrol door het stellen van vragen en het spiegelen van de antwoorden. Ons doel is dat elke organisatie gestimuleerd wordt om een stap verder te komen met het verhogen en beter zichtbaar maken van haar impact.

Wij hopen dat de in dit rapport gepresenteerde reflectievragen hierbij behulpzaam zullen zijn.

CBF Toezichthouder Goede Doelen  
24 november 2017





# Onderdelen Impact Challenge

---

## Waaruit bestaat de Impact Challenge?

In 2017 bestaat de Impact Challenge uit een sectorreflectie, een impact-evenement en een leergang doelrealisatie.

## De Challenge heeft als doel:

De maatschappelijke impact van de goededoelensector te vergroten en beter zichtbaar te maken. Dit doen wij op de volgende wijze:

- 'Impact' op inspirerende wijze te agenderen en de sectorbrede kennis te verdiepen;
- Binnen de goededoelensector van elkaar te leren en kennis uit te wisselen;
- Samen te discussiëren over impact en effectiviteit op basis van de nieuwste wetenschappelijke inzichten en maatschappelijke trends.

## Initiatiefnemers

De Impact Challenge is een initiatief van: het CBF, brancheorganisaties Goede Doelen Nederland en Partos,

kennispartners Impact Centre Erasmus en PwC en de volgende goededoelenorganisaties:

Wakker Dier, Nierstichting, Plan Nederland, Amref Flying Doctors, de Natuur en Milieufederaties, Simavi en The Hunger Project.

The logo for the Impact Challenge, featuring the words 'impact challenge' in a lowercase, sans-serif font. The word 'impact' is in black and 'challenge' is in blue. The logo is set against a light gray rectangular background.



Colofon:

Dit is een uitgave van het CBF.

In samenwerking met kennispartners

Impact Centre Erasmus (ICE) en PwC.

Copyright:

© 2017, CBF, toezichthouder goede doelen

