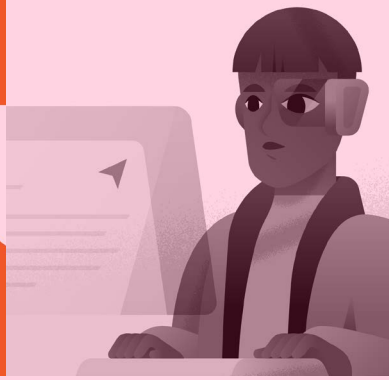


Impact meten

Deze werkbladen horen bij de zelfstudiemodule 'Impact meten' van de DEN Academie.
[den.nl/den-academie/zelfstudie-module-impact-meten]

Met behulp van deze werkbladen kun je samen met je team de verschillende stappen van de module doorlopen.





Werkblad 1

Wat zijn je onderzoeksvragen?

Wil je meer weten over het hoe of het waarom? Bedenk of je een evaluatie of impactanalyse wilt uitvoeren. Als je weet of je wil weten hoe je verbeteringen kunt doorvoeren (evaluatie) of meer wil weten over de veranderingen die je voor je publiek teweegbrengt (impactanalyse), helpt dat bij het formuleren van je onderzoeksvragen.

Wat wil je weten?



Werkblad 2

Wie is je publiek en voor wie wil je verandering meten?

Breng de verschillende publieksgroepen in kaart. Geef ook prioriteit aan, welke publieksgroep is het belangrijkste voor je om verandering voor te creëren en te meten? Vraag je collega's of ze het met je eens zijn.

Welke doelgroepen profiteren direct van jouw activiteiten?

-
-
-
-
-

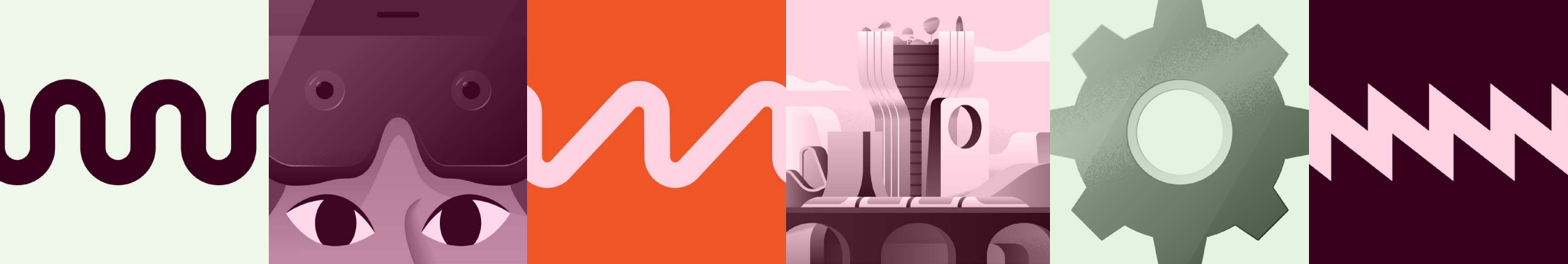
Wat is je belangrijkste publieksgroep?

Welk publiek is het belangrijkste om verandering bij te meten? Het is mogelijk dat je je op meer dan één publieksgroep wilt richten. Noteer ze hieronder.

Belangrijkste publiek(sgroepen):

Hierna ga je een Change Pathway voor je belangrijkste publieksgroepen opstellen. Dit doe je op het volgende werkblad.





Werkblad 3

Vul de Change Pathway in – één per publieksgroep

In deze module richten we ons op deze onderdelen van een Change Pathway. Vul één Change Pathway in in per belangrijkste publieksgroep. Lees meer over de theorie achter een Change Pathway op de volgende pagina's.

Kortetermijntuitkomsten

Breng hier je kortetermijntuitkomsten in kaart. Denk aan veranderingen in houding en gedrag. Wanneer je die in kaart hebt gebracht kun je jezelf afvragen wat dit verder betekent. Dat zal je helpen om de langeretermijntuitkomsten te formuleren die vervolgens zouden kunnen plaatsvinden.

Langetermijntuitkomsten

Breng hier je langetermijntuitkomsten in kaart. Probeer verbanden te leggen met de kortetermijntuitkomsten – trek een lijn en vraag jezelf af of de ene uitkomst automatisch tot een andere leidt.

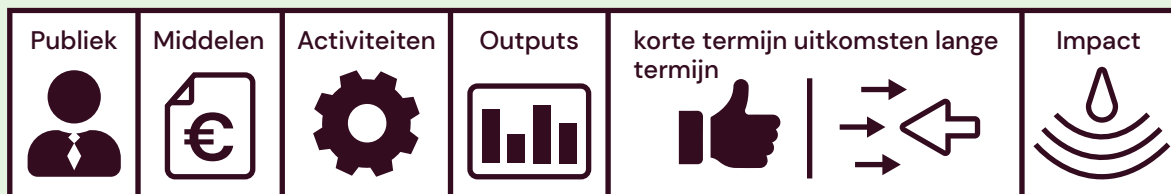
Impactverklaring

Noteer hier je impactverklaring. Denk aan het grote einddoel dat je van binnen een warm gevoel geeft. Vergeet niet dat je hier aan bijdraagt – je bent er niet verantwoordelijk voor. Je kunt meerdere impactverklaringen hebben – bijvoorbeeld één voor je eigen sector of directe publiek en één voor de samenleving.



Change Pathway - De theorie

Een Change Pathway laat de relatie zien tussen je publiek en je activiteiten, de veranderingen die je wil creëren en de impact waar je aan bijdraagt. Je kunt hem uitbreiden met je indicatoren voor korte- en langetermijnveranderingen.



De Change Pathway van het Europeana Impact Playbook, gebaseerd op de kernonderdelen van een logisch model en tekening van het Balanced Value Impact Model (BVI Model) van Simon Tanner.

Het is nuttig om je impacttraject te visualiseren en om ernaar terug te verwijzen. In dit onderdeel richten we ons vooral op het rechtergedeelte van de tool – de **uitkomsten** en **impact**. Houd het simpel en creëer een helder ontwerp, dan kun je het als een visueel hulpmiddel gebruiken om mensen te informeren over de impact waar je naar streeft.



Tip! Zie de **woordenlijst** aan het eind van dit document voor meer informatie over de verschillende termen die in een Change Pathway worden gebruikt.

Stel je impactverklaring op

Beschouw impact als het grote langetermijndoel dat zin en betekenis aan je werk geeft, als de drijvende kracht. Kijk hiervoor ook naar de missie van je organisatie – daar is misschien al een impactvisie voor een tolerantere en inclusievere samenleving of een robuustere lokale economie in geformuleerd.

Je kiest misschien één impactverklaring die specifiek voor je publiek geldt. Door jezelf vervolgens de vraag te stellen 'Wat betekent dit verder?', kom je misschien ook nog met een andere impactverklaring voor de bredere samenleving, de economie of het milieu. Noteer ze in de **Change Pathway** hieronder.

Maak een planning voor de uitkomsten die je wil creëren (en meten)

Nu is het tijd om de korte- en lange termijn **uitkomsten** in kaart te brengen die je publiek door jouw werk gaat ervaren. Bespreek deze in je team. Vergeet niet dat uitkomsten *veranderingen* zijn die je publiek ervaart, niet acties die jij onderneemt of resultaten. Hieronder volgt een aantal voorbeelden.



Tips!

- Het is handig om termen als 'verbeteren', 'verminderen' of 'versterken' te gebruiken bij de beschrijving van uitkomsten.
- Stel jezelf altijd de vraag: 'Wat betekent dit verder?' Daarmee kun je verbanden leggen tussen de verschillende uitkomsten. Eén verandering leidt vaak tot nog meer veranderingen!

Outputs

- Een workshop over creatief coderen
- Vijf studenten die aan een training meedoen
- Voltooide digitale kunstwerken

🎯 Resultaten of activiteiten

- Verzorgde workshop over creatief coderen
- Theaterbezoekers worden uitgenodigd om zich op te geven voor het digitale theaterprogramma

✓ Uitkomsten

- Meer plezier in digitale cultuur
- Betere vaardigheden in creatief coderen
- Meer zin om naar digitaal theater te kijken

Leg bij **langetermijnuitkomsten** de relatie met je impactdoelen. Wat moet er op de lange termijn bij je publiek veranderen zodat jij deze impact kunt realiseren? Bespreek bij het in kaart brengen van **kortetermijnuitkomsten** de activiteiten die je wil realiseren of de behoeften van je publiek.

Probeer hoe dan ook:

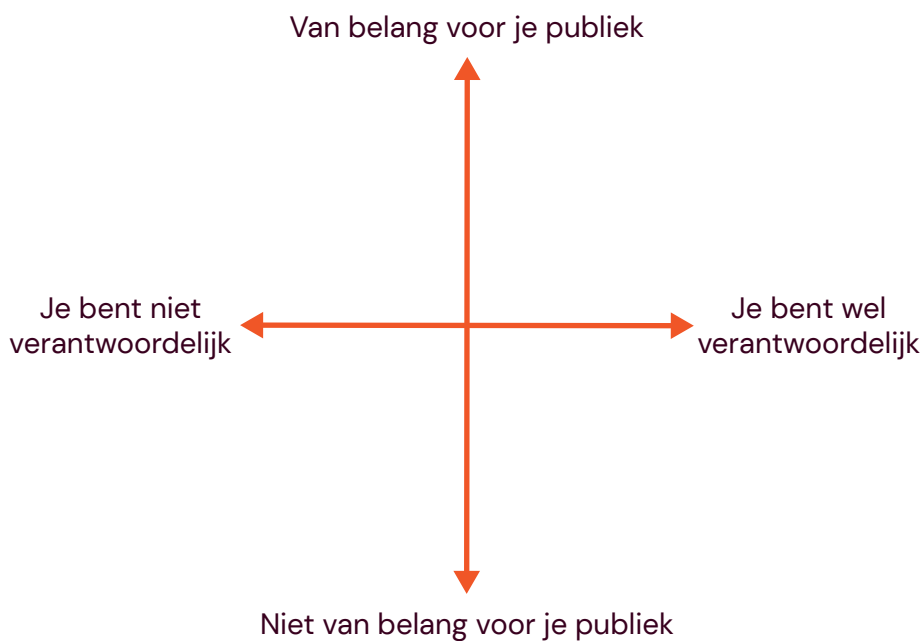
- Een lijn te trekken tussen korte- en langetermijndoelen – de ene verandering leidt tot de andere.
- Je aannames over de relaties tussen veranderingen te toetsen. Is de kans groot dat dit zal gebeuren? Hangt dit af van een andere actie en hoe kun je dit plannen?
- Niet te vergeten dat verandering niet altijd lineair verloopt – het kan ook in een cirkel verlopen of sterk verbonden zijn met andere reeksen uitkomsten. Visualiseer dit in de **Change Pathway**.

Prioriteiten stellen

Je moet niet alles willen meten. Bedenk wat je wil bereiken en stel vervolgens vast wat het **belangrijkste** is voor jouw publiek. Dat moet je meten. Je moet ook nagaan of jij **verantwoordelijk** bent voor de veranderingen die je hebt vastgesteld of dat de verandering zich sowieso had kunnen voordoen (causaliteit).

Een tool zoals de matrix hieronder kan structuur aanbrengen in een discussie met je collega's over welke uitkomsten het belangrijkste zijn. Wijs uitkomsten die naar jouw idee moeilijker te meten zijn niet af.





Ontwikkel indicatoren voor je uitkomsten

Wanneer je je uitkomsten in orde van belangrijkheid hebt vastgesteld moet je bedenken hoe je ze gaat meten. Sommige uitkomsten zijn misschien lastig te meten, bijvoorbeeld *meer plezier op school*. In plaats daarvan kunnen we bedenken wat we zouden kunnen meten dat erop wijst dat deze verandering heeft plaatsgevonden. Dat is een indicator.

Indicatoren kunnen **subjectief** zijn (een zelfgerapporteerde waarneming) of **objectief** (een objectief verkregen meting). Een combinatie van deze twee is een goed idee als je wil nagaan of een bepaalde verandering zich heeft voorgedaan.

✓ **Uitkomst** = Meer plezier in digitale cultuur

Voorbeelden van **indicatoren** zijn bijvoorbeeld:

- Objectief:
 - Herhaalbezoeken aan een online aanbieding van een podiumkunstgezelschap
 - Waargenomen plezier / betrokkenheid van deelnemers aan een workshop
- Subjectief:
 - Hoog (en hoger) tevredenheidscijfer
 - Grotere kans om de online aanbieding van een podiumkunstgezelschap te bekijken

✗ **Geen** indicatoren:

- Aantal deelnemers
- Aantal workshops
- Verzorgde workshop
- Afgesloten contracten



Voeg outputs toe aan je Change Pathway

Noteer met behulp van onderstaande tabel de indicatoren die je kunnen helpen om te beoordelen of de uitkomsten die je voor je publieksgroepen wilde creëren zich ook hebben voorgedaan.

Kortetermijnuitkomsten	Kortetermijnuitkomsten - <i>Indicatoren</i>	Langetermijnuitkomsten	Langetermijnuitkomsten - <i>Indicatoren</i>	Impact

Worksheet 4

Schrijf je impactverhaal

Stel hieronder je impactverhaal op.

Begin je impactverhaal met (1) **een schets van de situatie**. Denk daarbij aan wat je wilde bereiken en hoe je geprobeerd hebt om dat te bereiken.

Introduceer je **personages**, en geef een omschrijving van degenen voor wie je verandering wilde creëren.

In je **plot** moet aan de orde komen wat er wanneer, waar en waarom is gebeurd – en hoeveel! Denk daarbij aan je onderzoeksvragen – hoe kun je die beantwoorden met een verhaal over je bevindingen?

Je hebt waarschijnlijk goede en minder positieve resultaten – is dat de **plotwending**? Heb je iets nieuws ontdekt of is er iets niet gebeurd dat je wel had verwacht? Hoe heeft zich dat opgelost?

Je kunt afsluiten met een **reflectie**, je conclusies over wat je hebt geleerd en wat je nu gaat doen. Waarom is het van belang voor de lezer? Zouden zij iets moeten doen en wat zouden je aanbevelingen zijn?



Woordenlijst

Data-analyse – hoe je je data – je ruwe informatie – zo structureert dat je er betekenis aan kunt ontlenuen. Het proces bestaat uit het opschonen van je data (om ze bruikbaar en consistent te maken), het analyseren van je data om trends en verbanden in je data op te sporen en het trekken van conclusies.

Impact – de positieve langetermijnverandering(en) die je bij je publiek en de bredere samenleving teweeg wilt brengen, maar waar je niet alleen verantwoordelijk voor kunt zijn.

Indicatoren – de maatstaven aan de hand waarvan we vaststellen of een bepaalde uitkomst heeft plaatsgevonden. Zo zouden we om een uitkomst van grotere tolerantie te kunnen vaststellen kunnen meten hoeveel belangrijker iemand gelijke rechten in de samenleving vindt. Per uitkomst zijn er waarschijnlijk meerdere indicatoren.

Kwalitatieve data – niet-cijfermatige informatie zoals tekst, opvattingen, acties, beschrijvingen en gedrag. Kwalitatieve data kunnen je vertellen waarom iets is gegaan zoals het ging en geven je inzicht in de context.

Kwantitatieve data – cijfermatige informatie die geanalyseerd en cijfermatig kan worden weergegeven. Kwantitatieve data kunnen je vaak iets zeggen over wat er is gebeurd.

Methoden – hoe je je data verzamelt en analyseert. Je zou een combinatie van methoden kunnen gebruiken waarmee je kwantitatieve en kwalitatieve data verzamelt. Met een dergelijke holistische aanpak kun je zowel aflezen wat er is gebeurd als waarom het is gebeurd en in hoeverre het van belang is.

Methodologie – de overkoepelende term voor het ontwerpen van een methode om data te verzamelen, analyseren en interpreteren en je bevindingen te rapporteren en gebruiken. Hieronder valt bijvoorbeeld je werkwijze wat betreft integriteit en de hoeveelheid data die je verzamelt.

Outputs – de hoeveelheden of statistieken waarmee je activiteiten in cijfers kunt weergeven. Bijvoorbeeld: veertig deelnemers bij drie workshops uit zes verschillende gemeenschappen.

Publiek – degenen die direct of indirect profijt hebben van je activiteiten. Je zou een lijst moeten kunnen opstellen van degenen die direct en indirect profijt van je activiteiten hebben.

Uitkomsten – de (positieve of negatieve) veranderingen in de houding of het gedrag van je publiek op de korte, middellange en lange termijn, zoals grotere tolerantie ten aanzien van andere gemeenschappen.

