

Impact en profilering

Kaat Peeters
8/11/2021

HO
GENT

Eerst even over duurzaamheid


Da's immers mijn
stokpaardje



**HO
GENT**

Wat is duurzaamheid?

De noden van het heden invullen
zonder de noden van de
toekomstige generaties te
compromitteren

A large teal circle is centered on the page. Inside the circle, on the right side, is a smaller globe rendered in a halftone dot pattern. The globe is tilted and partially overlaps the teal background. To the left of the globe, the text "▶ We do not inherit the world from our parents, rather we borrow it from our children" is written in a white, sans-serif font.

▶ We do not inherit the world from our parents, rather we borrow it from our children

1 NO POVERTY



2 NO HUNGER



3 GOOD HEALTH



4 QUALITY EDUCATION



5 GENDER EQUALITY



6 CLEAN WATER AND SANITATION



7 RENEWABLE ENERGY



8 GOOD JOBS AND ECONOMIC GROWTH



9 INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED INEQUALITIES



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION



13 CLIMATE ACTION



14 LIFE BELOW WATER



15 LIFE ON LAND



16 PEACE AND JUSTICE

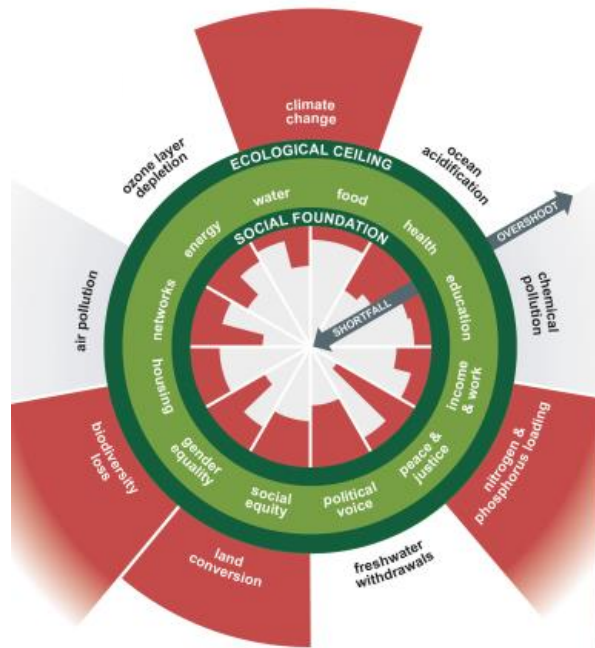


17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

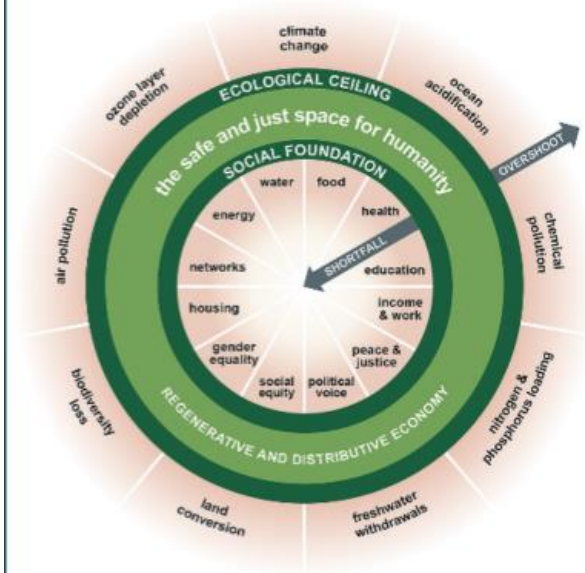


THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

HUIDIGE SITUATIE



GEWENSTE SITUATIE



En nu over impact...

... en hoe je ermee te profileren

**HO
GENT**

Wat is impact

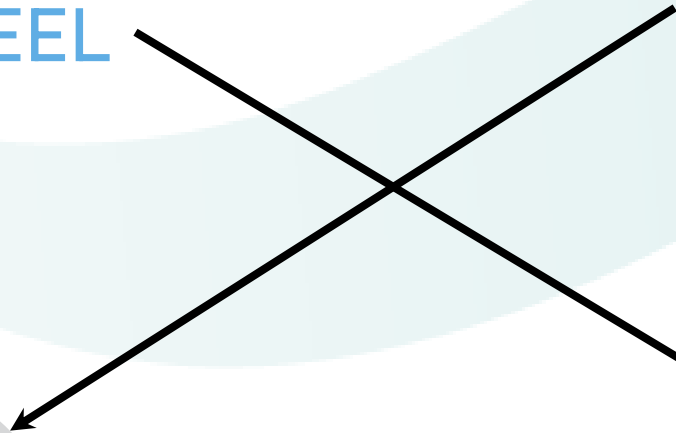
Impact is het aandeel van de **totale effecten** van de **interventies** van een organisatie **bovenop en naast wat sowieso zou gebeurd zijn.**

Het gaat dus om **veranderingen** in maatschappij en milieu die het gevolg zijn van interventies.

IMPACT

NIET-INTENTIONEEL

INTENTIONEEL



impactmeting: waarom?



Waarom maatschappelijke impact meten?

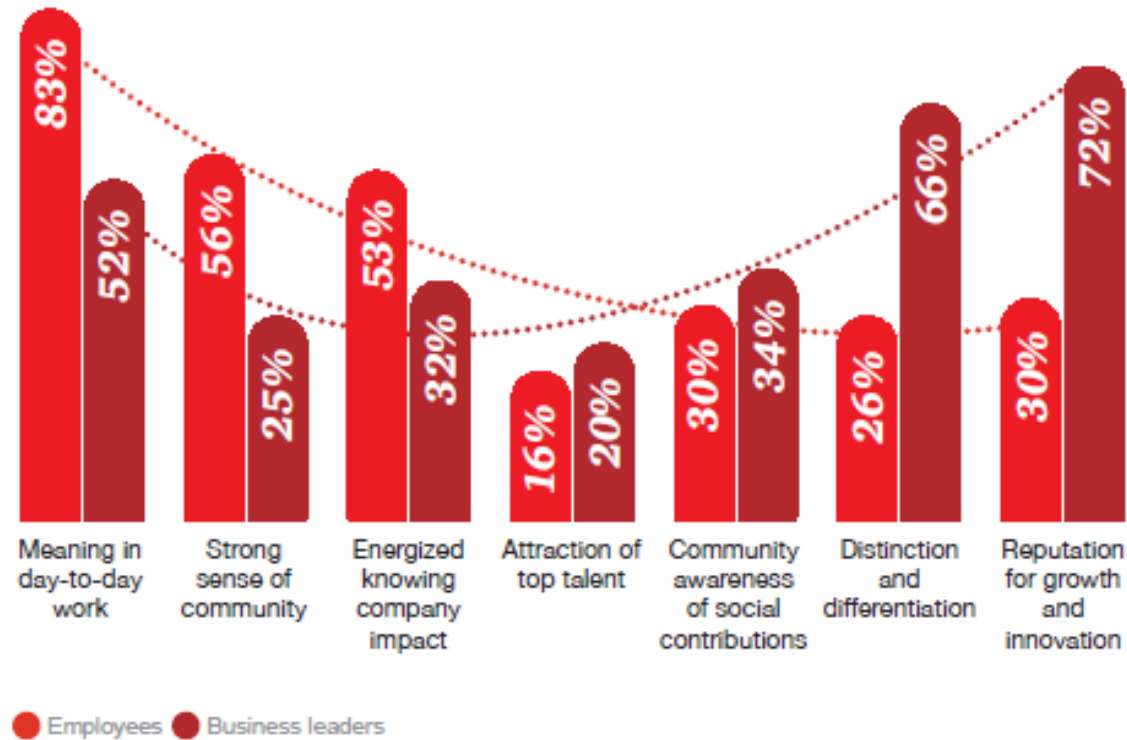
Monitoren en meten van sociale impact laat je toe de efficiëntie en effectiviteit van je acties te verifiëren (Management)

Door je sociale impact te meten ben je transparant en accountable (Marketing)

Door concrete data over je sociale impact ter beschikking te stellen kan je meer fondsen aantrekken (Funding)

Value of purpose in the workplace

(Percentage ranking in their top 3 priorities)



Q2b for employees: How important are each of the following to you in your current job?
Q4 for business leaders: When communicating your organization's purpose, which of the following are the most important results?
Bases: 1,510 full and part-time employees and 502 business leaders in 39 industries around the US.
Source: PwC's *Putting Purpose to Work* Survey

Putting Purpose to Work: A study of purpose in the workplace

pwc

It's no secret that employees and leaders see the importance of purpose in business. What does it really mean to bring purpose to life for employees, and why does it matter for the business?

impactmeting:
wat?



Meten /

Valoriseren /

Evalueren /

...

**WHAT'S
IN A
NAME?**

Kunnen we alles meten?

**Willen we
alles meten?**

**Moeten we alles
meten?**

GoodGym

Using exercise to improve wellbeing, reduce social isolation and help the community

How does GoodGym work?

Mission Runs: At least two runners run to help an older person with a one-off task.

Coach Runs: Individual runners run to make social visits to an isolated older person, or 'coach'.

Group Runs: A group of runners run to complete a task for a community organisation once per week.

Social impact

Facilitated 136,000+ good deeds
Coaches happier and less isolated
Running days per month up by 0.7



Economic impact



Cheaper versus similar projects
Cost-per-outcome below NHS cap
Strong projected investment returns



Impact is datgene wat je doorgaans in
comparatief schrijft (vergroten trap):
beter, groter, minder, verder, bewuster,....

impactmeting: hoe?





Theory of
change

Meetplan

Meten

Analyseren

Sturen op
impact

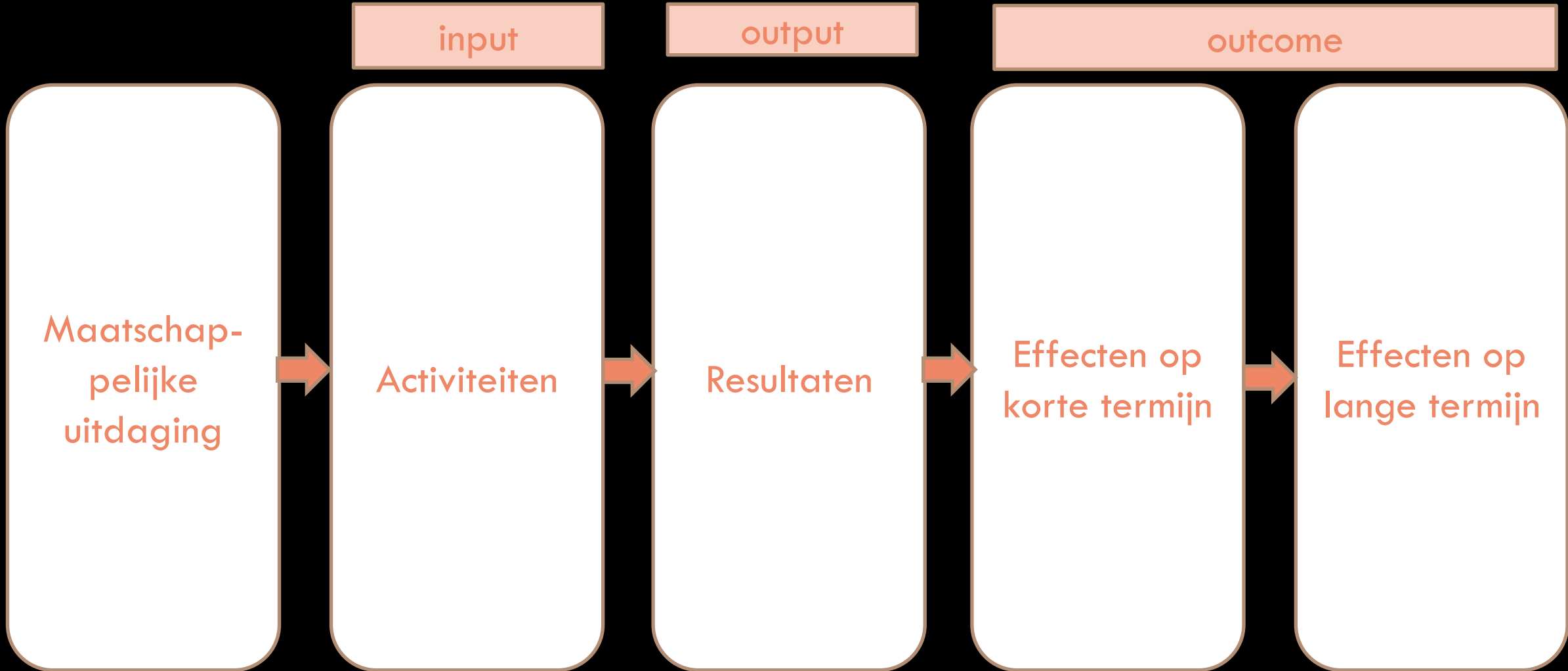
Impact?

We organiseren een
studiedag met
specialisten over het
thema
jongadolescenten met
x-aantal deelnemers
= output

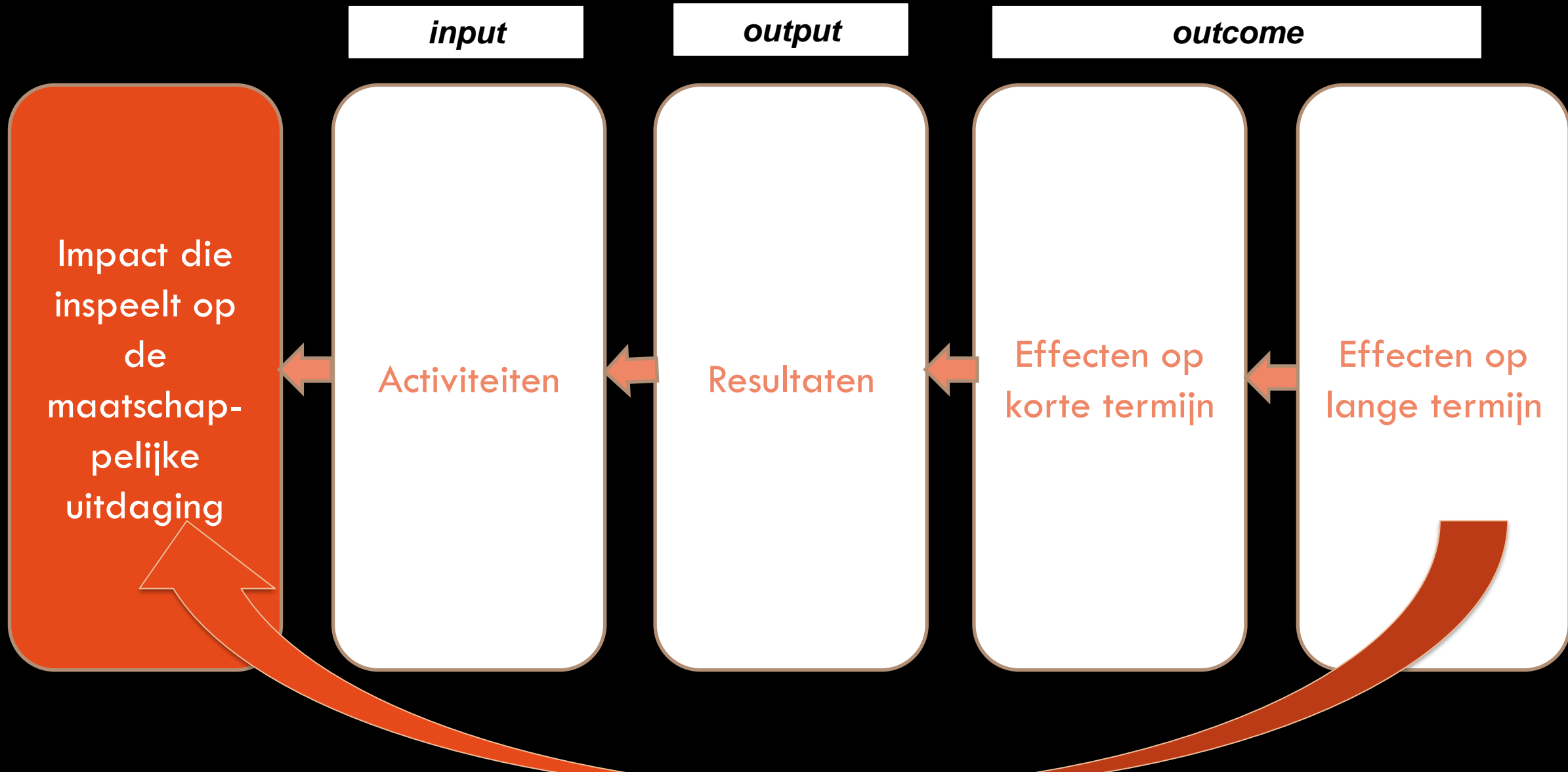
Het welbevinden
van
jongadolescenten
in de jeugdzorg
neemt toe dankzij
de toepassing van
de opgebouwde
inzichten **= impact**

Begin steeds met je Theory of Change

THEORY OF CHANGE



THEORY OF CHANGE

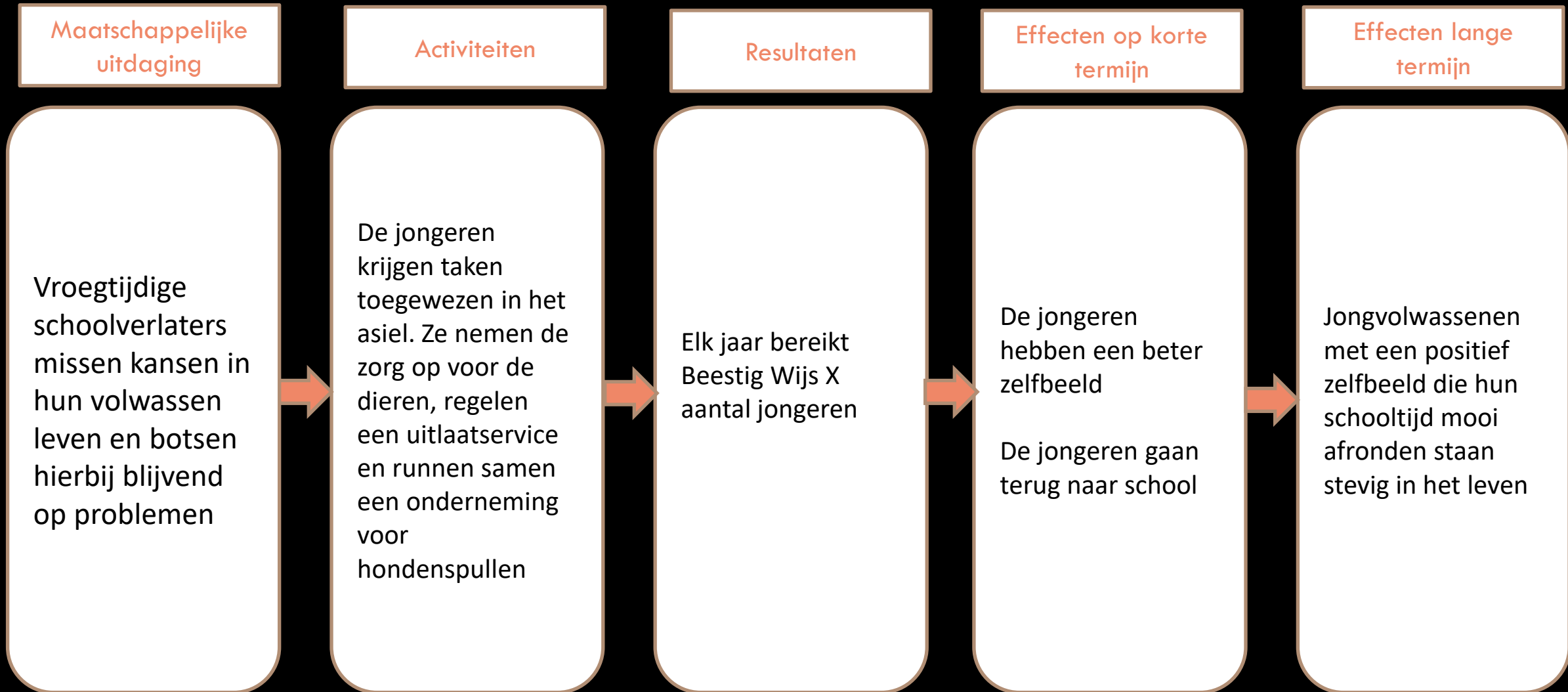




BEESTIGWIJS



THEORY OF CHANGE



Our approach

Inputs



Safe spaces



Safe transport



Surfboards & wetsuits



Trained surf mentors/
caring adults



Community-based referral network



Activities

- Referrals & participant intake
- Surf mentor training and development
- Referral partner and parent engagement
- Weekly 3-hour surf therapy sessions (a fun, but challenging activity, combined with a coping skills curriculum)
- Weekly after care and Surf Club sessions
- Monitoring, reflection & learning
- Ongoing child protection and safeguarding processes
- Community & government advocacy

Short/medium outcomes

- Improved overall well-being
- Improved Heart Rate Variability (HRV); i.e. flexibility and ability to adapt to stress
- Improved community-based network that can assess and prevent mental health challenges in children
- Increased connections to opportunities for young people

Long term outcomes

Improvement in self-regulation and executive functioning: Enabling children (10-16 years) to regulate their behaviours/emotions, and make healthy life choices such as completing school, rejecting violence and gangs throughout their adolescent years



Increase in economically active young people: Surf mentors who complete their 2 year pathway and successfully transition into employment



Output

Annual cohorts of children who complete a 10-month surf therapy course and transition to an aftercare pathway

Annual cohorts of surf mentors who deliver community-based mental health services



Contribution to impact level changes

- Reduced disease burden: Decreased incidence of anxiety and depression amongst young people
- Improved access to community-based, child-friendly mental health services
- Integrated and strengthened mental health services
- More resilient communities, that can identify mental health challenges in young people, promote early intervention and encourage investment in preventative services that support children's health and well-being in line with SDG 3





INPUTS

ACTIVITEITEN

OUTPUTS

DIRECTE EFFECTEN

INDIRECTE EFFECTEN

investeringen en operationele kosten voor bouwen en onderhouden van klimparken en bos

kosten begeleiding medewerkers

werving ontwikkeltraject

uitvoeren ontwikkeltraject

uitvoeren interne opleidingen en begeleiding

(waar relevant) uitstroom naar werkgevers (duurzaam of voor winterstop)

klimbos, teambuilding en horeca activiteiten

deelnemen workshops, netwerktafels, geven presentaties etc.

publicatie (succes)verhalen en impactreportages

organiseren natuurgerichte en recreatieve activiteiten in Fun Forest

aanmelding trajectmedewerkers

leerwerkplekken (klimbos, horeca, receptie, back-office)

kennis over werken met een diversiteit aan doelgroepen

gasttevredenheid

(aanmelding en verkrijgen) keurmerken

natuurgerichte en recreatieve activiteiten

instroom maatwerktraject

werk voor jonge mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt

mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt ontwikkelen zich op arbeids-, sociale- en vakvaardigheden, zelfredzaamheid, zelfvertrouwen, deelname aan de maatschappij

besparing zorgkosten / uitkeringen

het demonstreren van belang (en plezier) van inclusieve maatschappij

vergroten externe zichtbaarheid van Fun Forest als sociale onderneming

mensen hebben een aangename tijd in de natuur

vergroten eigenwaarde en zelfredzaamheid van het individu

creatie van (bewustwording over) een inclusieve maatschappij

mensen voelen zich verbonden met / onderdeel van de natuur

Meetplan

**HO
GENT**

- * Bij welke doelgroep(en) wordt een verandering beoogd?
- * Welke verandering?
- * Op de snijpunten van deze vakken: wat zijn de voornaamste zaken die we moeten te weten komen?

Prioritiseer outcomes: Wat ga je wel en niet monitoren?

Welke outcomes zijn het belangrijkste voor de organisatie, de doelgroep en/of stakeholders of voor (potentiële) financiers?

		STAKEHOLDER	STAKEHOLDER	STAKEHOLDER	STAKEHOLDER
BEOOGDE IMPACT					
BEOOGDE IMPACT					
BEOOGDE IMPACT					

INDICATOREN

“Hoe gaan we aan het einde van de rit na en/of tonen we aan en/of bewijzen we dat we bereikt hebben wat we beloofd hadden?”

Zelf ontwikkelen versus bestaande indicatoren

Gevalideerde schalen => mogelijkheid tot vergelijken

- Impact op mensen
 - Het aantal begunstigden
 - Het aantal vrijwilligers
 - Het aantal leden
 - Het aantal versterkte mensen
 - Tewerkstelling: aantal nieuw gecreëerde jobs
 - ...
- Economische indicatoren
 - Productiviteit
 - Verkoop
 - Omzet
 - ...
- Ecologische indicatoren
 - Hoeveelheden gerecycleerd materiaal
 - De verminderde CO2 uitstoot
 - ...
- Aantal beleidsaanbevelingen die de overheid heeft opgenomen
- Aantal organisaties die je model overnemen
- ...

Goal 4. Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

4.1 By 2030, ensure that all girls and boys complete free, equitable and quality primary and secondary education leading to relevant and effective learning outcomes

4.2 By 2030, ensure that all girls and boys have access to quality early childhood development, care and pre-primary education so that they are ready for primary education

4.3 By 2030, ensure equal access for all women and men to affordable and quality technical, vocational and tertiary education, including university

4.4 By 2030, substantially increase the number of youth and adults who have relevant skills, including technical and vocational skills, for employment, decent jobs and entrepreneurship

4.1.1 Proportion of children and young people:
(a) in grades 2/3; (b) at the end of primary; and
(c) at the end of lower secondary achieving at least a minimum proficiency level in (i) reading and
(ii) mathematics, by sex

4.2.1 Proportion of children under 5 years of age who are developmentally on track in health, learning and psychosocial well-being, by sex

4.2.2 Participation rate in organized learning (one year before the official primary entry age), by sex

4.3.1 Participation rate of youth and adults in formal and non-formal education and training in the previous 12 months, by sex

4.4.1 Proportion of youth and adults with information and communications technology (ICT) skills, by type of skill

Choco Fans zijn zich bewust ongelijkheid in de keten en verspreiden onze boodschap

% van Choco Fans dat weet van het bestaan van moderne slavernij op cacaoplantages **8** **12**

Serious Friends veranderen de industrie

Serious Friends **12**

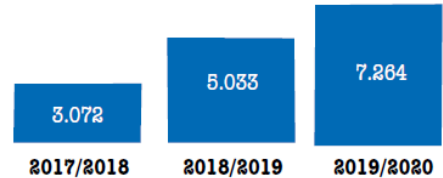
boeren geloven dat illegale arbeid niet acceptabel is en coöperaties promoten kinderrechten

deelnemers aan bewustwordingsactiviteiten in het CLMRS in cacaogemeenschappen van Tony's Open Chain partnercoöperaties **8**

serious farmers beschermen kinderrechten

het aantal huishoudens dat cacao verbouwt en deelneemt aan 't CLMRS **8**

KPI 10
huishoudens dat cacao verbouwt en deelneemt aan het CLMRS



Iedereen blij

boeren dat levert aan Tony's Open Chain en Tony's additionele premie ontvangen **1** **2** **10**
gemiddelde score van de werkpret-enquete **1** **2** **8** **10** **12** **13**

Tony's lost illegale arbeid structureel op

gevallen van kinderarbeid bij Tony's Open Chain partners met het CLMRS **8**
\$ premium betaald aan boeren om LIRP te bereiken **1** **2** **10**

schaalbare impact in Tony's cacaoketen

% cacao in onze chocolade traceerbaar tot aan partnercoöperaties **1** **2** **10**
% boeren in de toeleveringsketen in kaart gebracht met GPS en beoordeeld zijn op het risico van ontbossing **2** **13**
coöperaties met wie we een 5-jarig MoU hebben afgesloten **1** **2** **10**

HO
GENT

succesvolle businesscase

% CO2-voetafdruk gecompenseerd **13**
\$ al onze financiële indicatoren, zoals nettowinst

iedereens favoriete chocolade

% Choco Fans dat aangeeft dat Tony's Choclonely hun favoriete chocolademerken is **12**

Tony's laat impact zien en deelt geleerde lessen

Tony's zet 't op de serieuze agenda

Choco Fans wereldwijd omarmen onze chocolade en onze missie

% marktaandeel **12**

missiebondgenoten benutten onze impact

ton cacao sourced via Tony's Open Chain (inclusief Tony's) **1 2 8 10 12 13 17**

Key players komen in actie



AFRICA YOGA PROJECT



What do we measure in terms of wellbeing?

Improved physical wellbeing



Improved mental wellbeing

% reporting improved physical wellbeing

% reporting improved social network (social support)

% reporting improved mental wellbeing

% reporting improved coping from stressful situations

% reporting improved self worth (aka self-regard, self-value, self-esteem)



METHODEN

Veel gebruikte methoden voor impactmeting zijn:

- * Surveys
- * Focusgroepen
- * Interviews
- * Storytelling
- * Analyse van je database

Niks mis met deze klassiekers...



**HO
GENT**

Indicator

Stigma

Area: Self-Awareness and Motivation

Level 3: The family does not experience any form of shame or blame. Having a family member with a disability does not stop them from engaging with their community. They are a proud family.

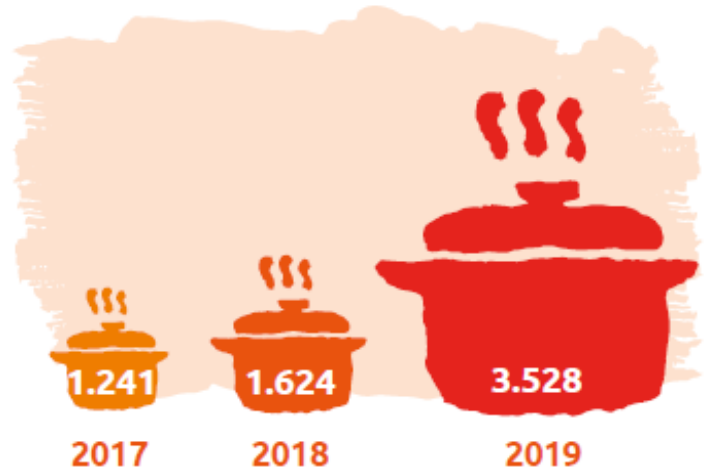
Level 2: The family does experience some form of shame or blame by having a family member with a disability. They are sometimes left out of community activities and feel excluded.

Level 1: There is strong disapproval against the family. Unkind words and stories are spread and the community avoid interaction. Some family members may even experience harm or abuse. The family feels victimised and traumatised.

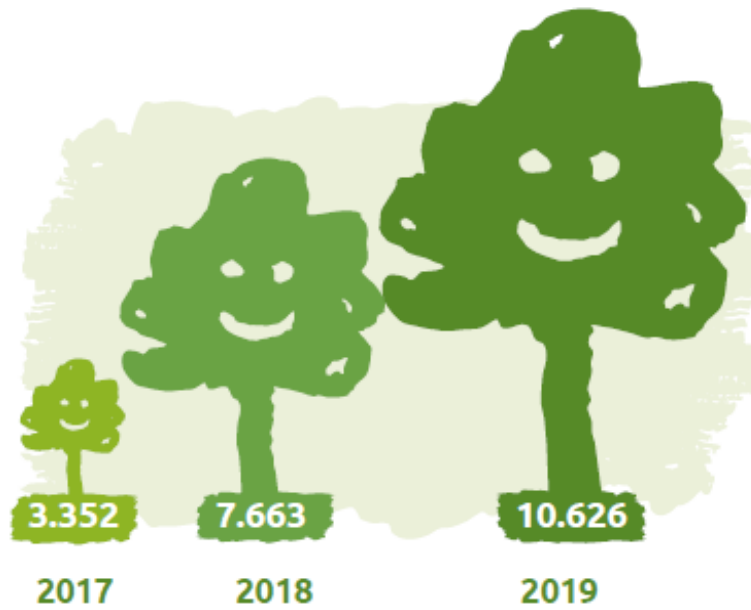


IMPACT FRAMEWORK

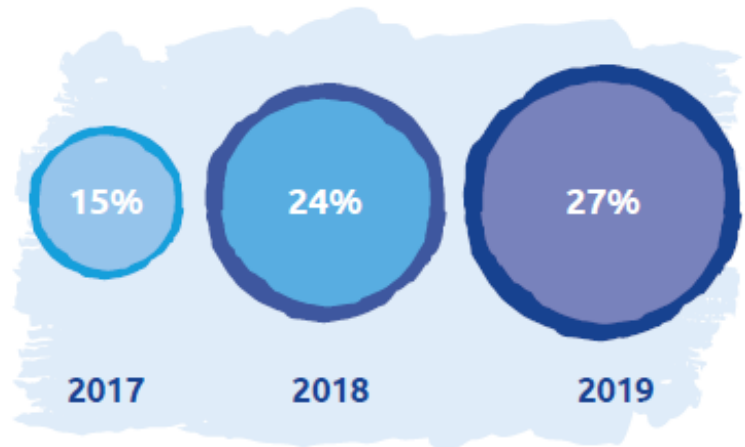
WAT (welke impact brengen we in kaart)	HOE (methode, indicatoren)	WANNEER VERZAMELEN (continu, specifieke momenten)	WANNEER ANALYSEREN
MET BESCHIKBARE DATA			
	Kwantitatief/kwalitatief		
	Kwantitatief/kwalitatief		
	Kwantitatief/kwalitatief		
MET NIEUW TE VERZAMELEN DATA			
	Kwantitatief/kwalitatief		
	Kwantitatief/kwalitatief		



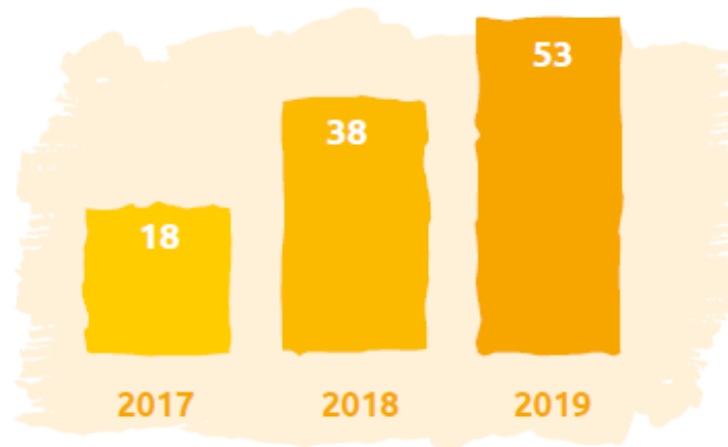
Realisatie sociale uren in de Boss Kitchen



Totaal gerealiseerde uren



Sociale uren als % van alle uren



Totaal gecreëerde werkplekken

Wat jobcoaches zeggen over ons

"De samenwerking gaat heel soepel, omdat zowel Fun Forest als ik hetzelfde doel hebben, namelijk iemand de mogelijkheid bieden om weer in zichzelf te geloven en te re-integreren in de reguliere arbeidsmarkt. Bij Fun Forest is er ruimte voor groei, wordt er geluisterd, maar wordt er ook gewoon verwacht dat je je werk doet. Daarnaast vind ik de sfeer er fantastisch, wat een hele veilige basis biedt voor mijn cliënt. In het begin was mijn cliënt nog heel gespannen en zenuwachtig, maar inmiddels zie ik een ontspannen werknemer die het naar zijn/haar zin heeft op deze werkplek."

IPS trajectcoach van Roads

"Sinds april 2017 is mijn klant werkzaam bij Fun Forest in het Amsterdamse bos. In het verleden heeft hij/zij moeite gehad met het behouden van een baan. Het opbouwen van een vertrouwensband en constante argwaan als gevolg van een psychische beperking lagen hieraan ten grondslag. De begeleider bij Fun Forest heeft de balans tussen de draagkracht en draaglast van mijn klant goed in de gaten gehouden, waardoor er een natuurlijke ontwikkeling tot stand is gekomen waar hij/zij in de toekomst op door kan bouwen. Een prettige samenwerking."

Jobcoach InWerking

"De samenwerking met de Fun Forest Foundation werkt voor ons goed, omdat er sprake is van korte lijnen, open communicatie, prettig contact en snel handelen. Voor onze doelgroep is de locatie en werkomgeving bij de Fun Forest Foundation zeer geschikt!"

Trajectcoach Werkplein
IJsselgemeenten





“Er wordt hier naar me omgekeken. Alle collega’s zorgen ervoor dat je je op je gemak voelt. Je krijgt kansen aangeboden en leert telkens weer nieuwe dingen over het vak.”

**Remco (Fun Forest
Rotterdam)**

Stuur op je impact

**HO
GENT**

**Evaluëren om de
resultaten, de
meerwaarde van je
interventie te tonen**

en/of

**evalueren om je
interventie te
verbeteren**



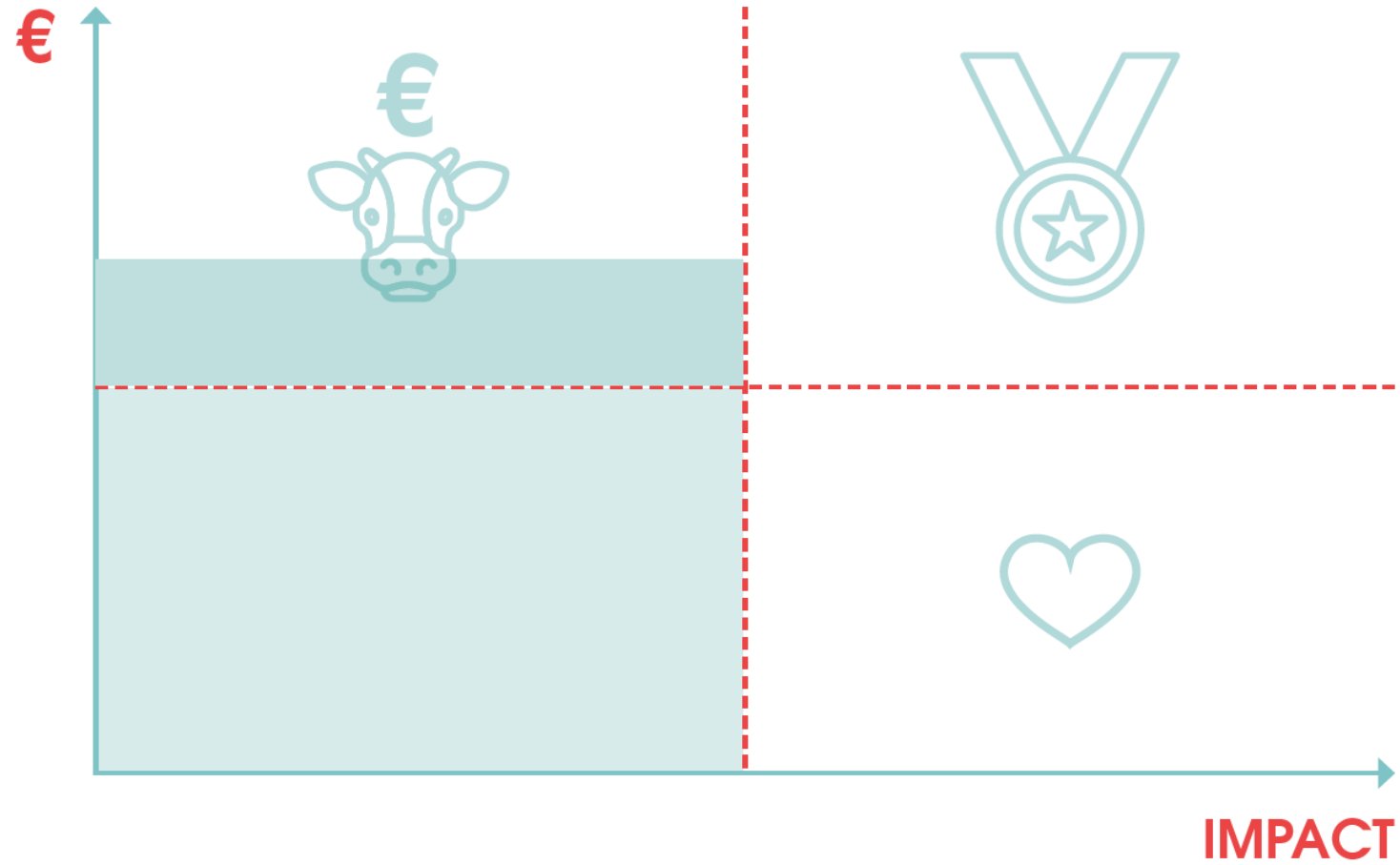
Doing things

Doing things right

Doing the right things

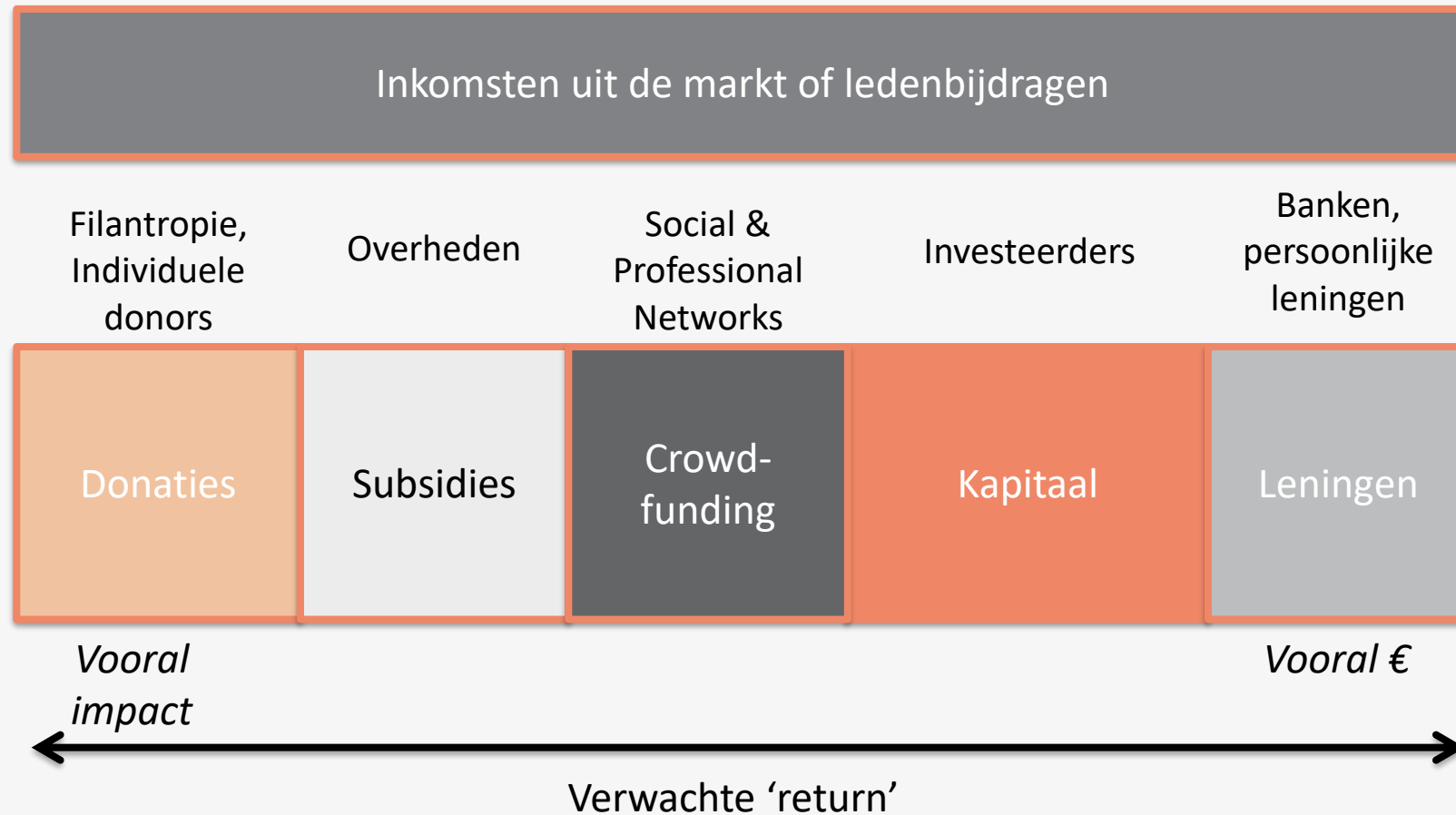
**HO
GENT**

THE MATCH OF IMPACT AND REVENUE



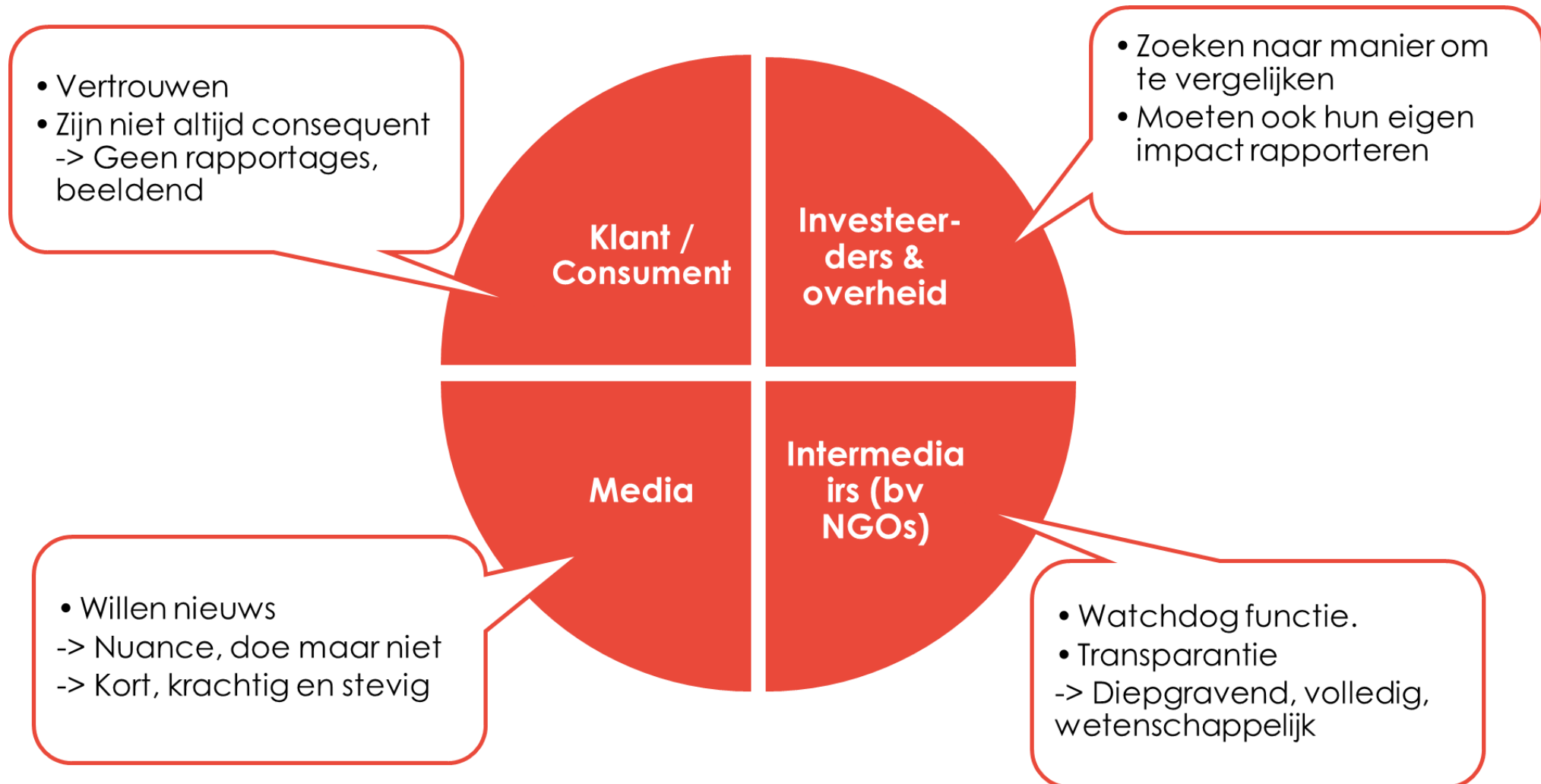
**HO
GENT**

AANTREKKEN VAN INKOMSTENBRONNEN



COMMUNICEREN MET IMPACT

COMMUNICEREN MET IMPACT



GoodGym

Using exercise to improve wellbeing, reduce social isolation and help the community

How does GoodGym work?

Mission Runs: At least two runners run to help an older person with a one-off task.

Coach Runs: Individual runners run to make social visits to an isolated older person, or 'coach'.

Group Runs: A group of runners run to complete a task for a community organisation once per week.

Social impact

Facilitated 136,000+ good deeds
Coaches happier and less isolated
Running days per month up by 0.7

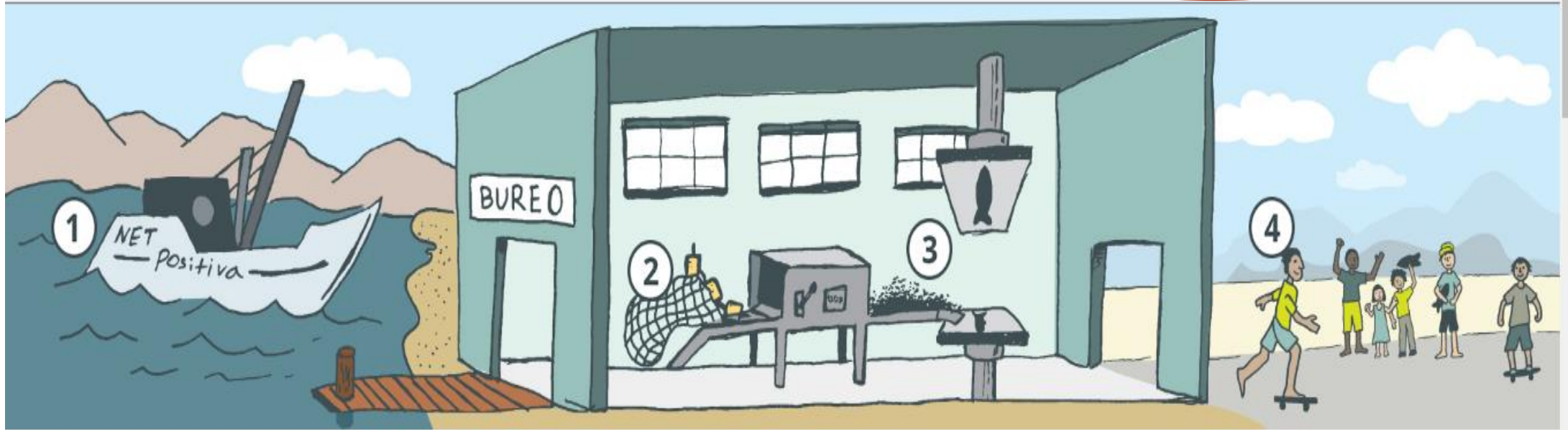


Economic impact



Cheaper versus similar projects
Cost-per-outcome below NHS cap
Strong projected investment returns

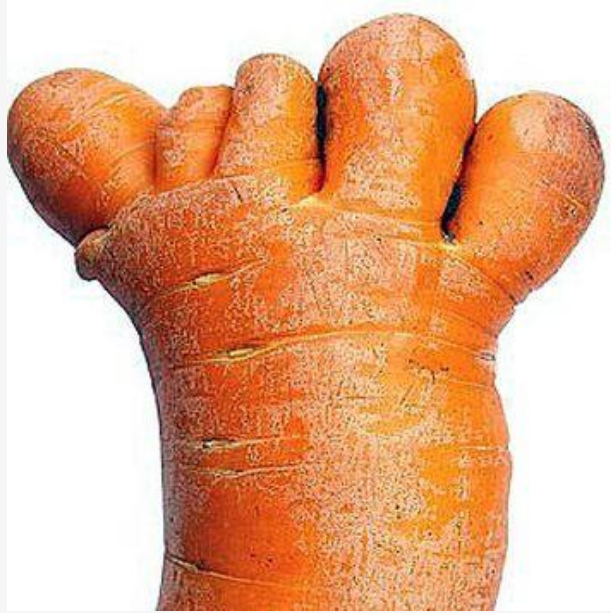




VIEW > [ALL](#) [KLEAN KANTEEN](#) [SKATEBOARDS](#) [SUNGLASSES](#) [T-SHIRTS](#) [TO-GO WARE](#)

Featured





14.853 kg

So many vegetables the Wonky Heroes rescued! And counting...

Thank you Wonky heroes!



Social Return on Investment

An Analysis of Skateistan in Afghanistan in 2018

1. Who Was Involved?

2,038 Students

Staff: 72 | Other stakeholders



44%
girls

What is Social Return on Investment?

An outcomes-based measurement tool that helps organizations to understand and quantify their social value.

2. How Much Was Invested?

\$1,207,286 USD

3. What Were the Activities?



Outreach | Skate and Create | Staff Training
Youth Leadership | Back-to-School

4. What Were the Changes?

- Improved wellbeing for students
- Life skills development for students
- Leadership skill development for students
- Literacy and numeracy skill development for students
- Improved child care capacity for staff

5. How Did We Value These Changes?

We asked ourselves:

- How long will the impact last?
- How much change would happen if we didn't exist?
- What services in Afghanistan can we compare our activities with?

6. What Did We Find?



1 USD

invested in Skateistan Afghanistan generated



5.13 USD

of social value (over 5 years)



RESEARCH CENTRE
FOR SUSTAINABLE
ORGANIZATIONS

**HO
GENT**

Opleiding tot co-begeleider en co-medewerker. Impact opleidingsjaar 2017-2018

ONZE CURSISTEN

jongeren (18+) met een verstandelijke beperking en/of ASS



62 cursisten **startten een opleiding** tot co-medewerker in 2017

47 werken verder als co-medewerker op hun stageplaats of op een andere werkplek. **Een succesgraad van 76 %**

STAGE- EN OEFENPLEKKEN

met oog voor diversiteit en inclusie

60 bedrijven, (kleuter)scholen en woonzorgcentra zetten hun **deuren open als stageplaats**

13 oefenplaatsen zorgden er voor dat cursisten **ervaring konden opdoen en vaardigheden konden inoefenen**

Sinds 2010

39 groepstrajecten in heel Vlaanderen



295 co-medewerkers studeerden af bij Konekt



“Door het contact begin ik stilaan sterker in mijn schoenen te staan. Ik leer om mezelf niet weg te cijferen.”

Mathias – CURSIST

VAN CURSIST TOT CO-MEDEWERKER

Co-medewerker **ZIJN** maakt een verschil



UITBREIDING VAN SOCIAAL NETWERK



HOGER ZELFWAARDEGEVOEL



ZICHT OP EIGEN TALENTEN



GROTERE KANS OP WERK

IMPACT VAN CO-MEDEWERKERS OP DE WERKvloER

Co-medewerkers **MAKEN** een verschil



UITSTRALING NAAR KLANTEN EN LEVERANCIERS



DUURZAME MOTIVATIE VAN MEDEWERKERS



SENSIBILISEREN VAN COLLEGA'S



EEN POSITIEVE ERVARING IN HET BEDRIJF

“Directe ontmoeting met mensen die ‘anders’ zijn - op welke manier dan ook - vergroot verbinding en gelijkwaardigheid. We geloven dat dit onze medewerkers mooier maakt.”

Lieve Bossuyt – FAMILY OFFICER VAN BOSS PAINTS



- **Weten jullie voldoende wat je verandert? (TOC)**
 - **Welke verandering wil je teweeg brengen bij welke stakeholders?**
- **Slaag je erin je impact in kaart te brengen?**
 - **Op welke manier doe je dat/zou je dat kunnen doen?**
- **Waarom zou jij meer over je impact communiceren?**

