



Zichtbaar maken van opbrengsten

Laat zien wat je doet en wat het oplevert

Wat een initiatief kost, schudden we vaak zo uit onze mouw. Moeilijker vinden we het om de opbrengsten van een sociaal initiatief inzichtelijk te maken. Toch is het goed om te communiceren over de resultaten van jouw initiatief. Hoe verzamel en deel je de opbrengsten om een initiatief zichtbaar te maken, te 'verkopen'?

Fase 1: Het initiatief gaat van start

Volg je initiatief...

Besteed bij aanvang van het initiatief ruim aandacht aan de gezamenlijke ambities en formuleer realistische en meetbare doelen en resultaten. Maak een (beknopt) monitoring- en evaluatieplan, waarmee je tussentijds en achteraf de resultaten meet. Een nulmeting biedt inzicht in de stand van zaken voordat je van start gaat. Zet monitoring en evaluatie primair in om te leren en te verbeteren, niet om te controleren en legitimeren.

TIP *Maak iemand verantwoordelijk voor de monitoring (meting) en evaluatie (beoordeling) van resultaten. Neem monitoring en evaluatie ook op in de planning en (uren)begroting.*

... en deel uitkomsten met stakeholders

Informeert stakeholders, zoals gemeentes, sportverenigingsleden en besturen, over de voortgang van het project. Zo creëer je draagvlak. Maak bij aanvang alvast een communicatieplan. Wat wil je delen met stakeholders, hoe vaak en via welke kanalen?

TIP *Geef het initiatief een sterke naam en eenvoudig logo. Bij consequent gebruik gaan mensen het project herkennen. Maak een Facebook- en Twitteraccount aan op naam van het initiatief.*

TIP *Maak met het projectteam een stakeholdersanalyse. Wie moeten betrokken worden bij het initiatief? Informeert hen over de voortgang en resultaten via verschillende (digitale) kanalen. Geef sommige stakeholders een rol als expert, bijvoorbeeld in een adviescommissie. Voor zichtbaarheid is het goed om een open dag of evenement te organiseren. Vergeet niet de wethouder en de lokale pers uit te nodigen!*



Kracht van Sport

In 2013 ging Kracht van Sport van start: een programma van het Oranje Fonds, in samenwerking met NOC*NSF en Kenniscentrum Sport. Dit programma steunde sociale sportinitiatieven van coalities bestaande uit organisaties uit sport, zorg en welzijn. Het programma Kracht van Sport is inmiddels afgerond. Inspirerende voorbeelden uit dit programma en meer informatie over sociale sportinitiatieven vind je op oranjefonds.nl/sport.

Fase 2: Het project loopt

Volg je initiatief...

Een monitoring- en evaluatieplan hoeft niet ingewikkeld te zijn. Belangrijk is dat je ervaringen van deelnemers vertelt en in beeld brengt (storytelling). Verder kom je een eind met registratie van aan- en afwezigheid van deelnemers en uitval (met reden). Vraag aan deelnemers wat goed gaat en wat beter kan. Er zijn diverse formats beschikbaar van beknopte tot uitvoerige deelnemerstevredenheidsonderzoeken en enquêtes. Je kunt deelnemers (en ouders van jonge deelnemers) ook bevragen langs het sportveld of in de kantine. Leg de uitkomsten dan achteraf wel vast in een notitie. Hetzelfde geldt voor samenwerkingspartners en verwijzers. Zijn zij tevreden over tussentijdse resultaten en het proces? Leg dit vast in een beknopt verslag. Ook het projectteam zelf doet er goed aan de onderlinge samenwerking te evalueren. Zijn er – los van een geplande evaluatie - signalen dat bijstelling nodig is, bespreek dan direct met elkaar of en hoe jullie het projectplan aanpassen.

TIP Wil je de monitoring en evaluatie liever uitbesteden? Ga dan op zoek naar een student of stagiair die dit onderdeel opakt als afstudeeropdracht.

TIP Neem het proces en de samenwerking standaard op als agendapunt bij overleggen met samenwerkingspartners. Nodig eens een deelnemer, ouder of verwijzer uit bij zo'n vergadering om te vertellen over opbrengsten.

... en deel de uitkomsten met stakeholders

Houd collega's, sportverenigingsleden, besturen en de gemeente met regelmaat op de hoogte via social media of een digitale nieuwsbrief. Deel nieuws over voortgang en resultaten, evenementen en korte testimonials van deelnemers en verwijzers. Organiseer een open dag of inloopochtend en nodig alle stakeholders uit. Denk ook aan de pers en de wethouder, die het initiatief op politiek niveau zichtbaar maakt.

TIP Denk in en communiceer over opbrengsten, en zo min mogelijk over (benodigde) kosten. Die insteek is positiever en verrassend voor gemeenten en andere (potentiële) financiers. Wees wel open over opbrengsten die je (nog) niet kunt meten. Aannames kun je doen op basis van onderzoek naar vergelijkbare initiatieven, ervaringen van deelnemers of gesprekken met experts of betrokken professionals.

TIP Besteed aandacht aan zowel de harde cijfers als de succesverhalen van deelnemers en verwijzers. Interview bijvoorbeeld een deelnemer over zijn persoonlijke winst. Deel dit verhaal met de achterban.

Fase 3: Het initiatief is afgerond of krijgt vervolg

Volg je initiatief...

Zet de harde resultaten (output) en opbrengsten (outcome) op een rijtje in een factsheet of folder. Output levert de harde cijfers: het aantal deelnemers aan een project of het aantal georganiseerde activiteiten. Outcome gaat meer over de maatschappelijke opbrengst. Denk aan effecten bij deelnemers, maar ook aan resultaten en opbrengsten voor organisaties, het netwerk van samenwerkingspartners en de wijk.

... en deel de uitkomsten met stakeholders

Deel de factsheet of folder met alle betrokkenen. Oefen ook een pitch waarbij je focust op de opbrengsten van het initiatief op alle niveaus. Wat onderscheidt jouw initiatief van het structurele aanbod en andere initiatieven? Wil je vervolg geven aan het initiatief, richt je dan in het eerste contact met mogelijke financiers op de opbrengsten en niet op de benodigde financiering. Welke resultaten zijn voor wie interessant? Pas de presentatie aan de persoon met wie je spreekt aan.

TIP Wees ook transparant over zaken die niet goed gingen. Geef daarbij altijd aan hoe je een eventueel probleem hebt opgelost en wat je ervan hebt geleerd.

Kijk voor tips en tools over monitoring en evaluatie op allesoversport.nl of download de publicatie 'Zicht op effect' via movisie.nl