

Nieuw model om impact te meten

De afgelopen vijf edities van P+ heeft Karen Maas geschreven over de kansen en uitdagingen van impactdenken en impactmeten. Voorbeelden van hulp- en ontwikkelingsorganisaties, bedrijven en sociale ondernemingen, impactinvestering en partnerschappen zijn de revue gepasseerd. In deze zesde en laatste aflevering over impact vat Maas de stappen om impact te meten samen in een model.

Impact gaat over de maatschappelijke verandering die een organisatie of een specifiek programma of project realiseert. Dit kan een milieu-impact zijn zoals CO₂ of waterbesparing. Het kan ook een sociale (economische) impact zijn zoals het creëren van werkgelegenheid of het bijdragen aan educatie en zelfontplooiing.

Impacteffecten betreffen de laatste effecten van de 'maatschappelijke waardeketen' (zie schema). Deze maatschappelijke waardeketen wordt ook wel een veranderingstheorie of *logic model* genoemd: het toont hoe middelen, binnen het kader van de missie, leiden tot effecten. Daarmee maakt de waardeketen de logica die onderliggend is aan de organisatie, een programma of project expliciet. Een grotere organisatie met meerdere strategieën, programma's of projecten kan meerdere waardeketens hebben. Voor iedere stap in de waardeketen(s) kunnen meetbare indicatoren geformuleerd worden, waarmee de maatschappelijke prestatie van de organisatie of een specifiek programma of project gemeten kan worden.

Je kunt de impact van een organisatie op verschillende niveaus bekijken: op missieniveau en op maatschappelijk niveau. Op missieniveau kijk je of de doelstellingen van de organisatie zijn behaald. Hierbij krijgen onbedoelde en indirecte effecten vaak geen aandacht. Impact op maatschappelijk niveau omvat juist alle effecten van een organisatie.

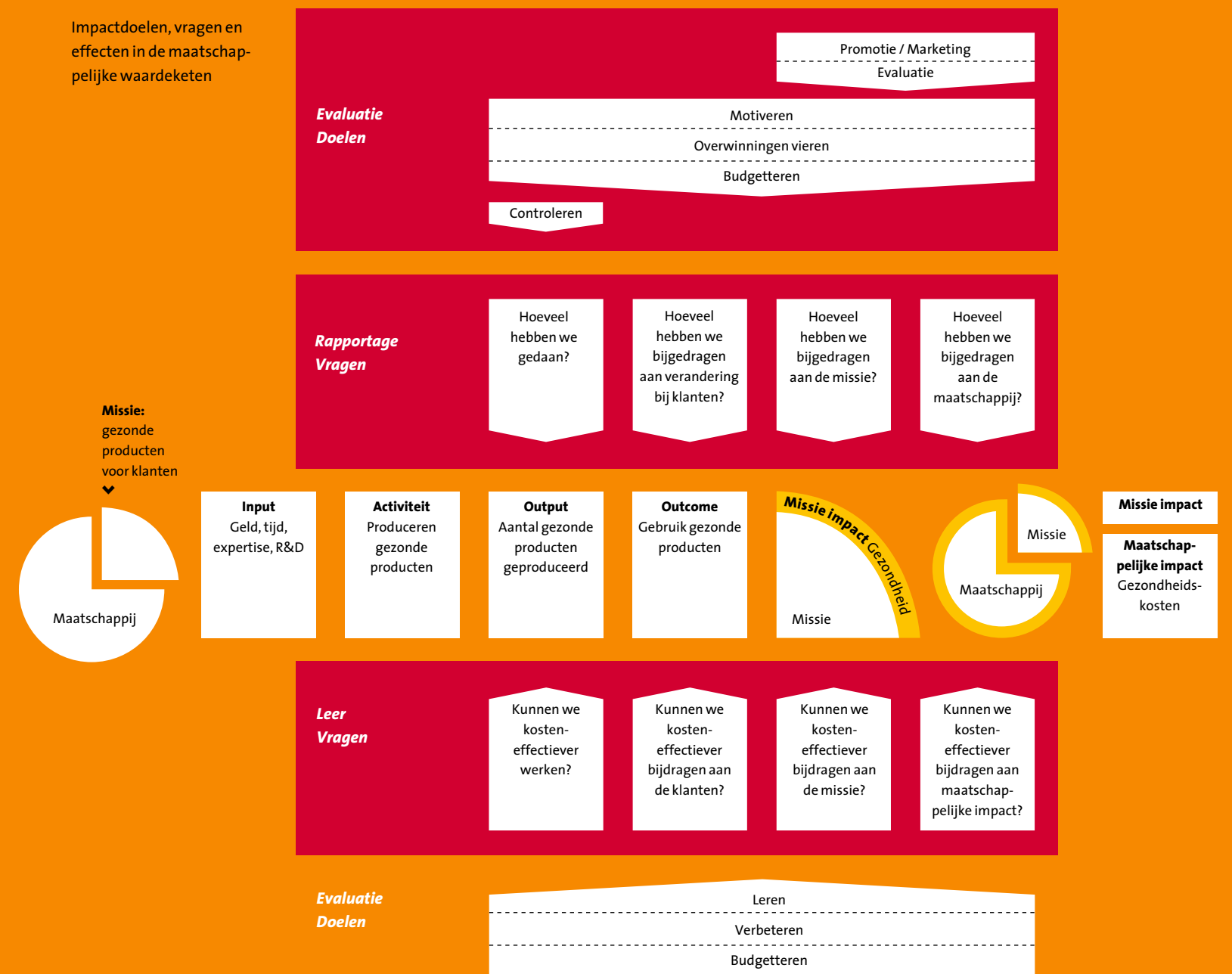
Idealiter kun je op maatschappelijk niveau het totale effect van verschillende organisaties vergelijken. Dit onderscheid tussen impact op missieniveau en impact op maatschappelijk niveau brengt een aantal interessante discussiepunten met zich mee.

1. Is het voldoende als een organisatie haar effect op de maatschappij enkel op missieniveau in kaart brengt? Want wat als de missie op zich niet positief is, maar deze wel wordt behaald? Stel dat een organisatie zich richt op het zo veel mogelijk hamburgers verkopen aan scholieren. Als dit bedrijf hier heel succesvol in is, dan is het bedrijf wellicht effectief en efficiënt, maar dat wil nog niet zeggen dat de resultaten ook een positief effect hebben op de scholieren.
2. Als we op maatschappelijk niveau willen meten, kunnen wij dan alle effecten optellen of afwegen? Hier geldt het oude dilemma van 'appels met peren vergelijken'. De vraag is hoe te komen tot één allesomvattende vergelijkbare indicator. Want hoe kun je anders effecten op het milieu vergelijken met effecten op mensen? Wat is belangrijker en wat weegt zwaarder? Het komen tot één indicator is een vraagstuk dat zowel onderzoekers als praktijkmensen al sinds jaar en dag bezighoudt. Moeten alle effecten tezamen uitgedrukt worden in bijvoorbeeld monetaire eenheden, een welzijnsindex of een happiness-index?

Hoewel de impact van organisaties steeds verschilt, zijn de manier waarop deze in kaart wordt gebracht en de keuzes die worden gemaakt in het denk- en meetproces heel vergelijkbaar. In de afgelopen jaren hebben wij heel wat ervaring opgedaan door te werken met verschillende organisaties. Al deze inzichten hebben mijn collega Kellie Liket en ik in een model gevat. Het model toont datgene wat je meet en op welk niveau je meet. Hoe je dat meet is sterk afhankelijk van de vraag waarom je meet.

Impact meten is niet alleen belangrijk om te ontdekken of de doelen behaald worden, maar ook om duidelijk te krijgen wat er beter kan. Het model kan gebruikt worden door organisaties om voorafgaand aan een meting samen met relevante partijen (bijvoorbeeld de stakeholders) de meting te ontwikkelen. Het model start met het duidelijk krijgen van de doelen van de meting. Deze doelen kunnen uiteenlopen van controleren, budgetteren, overwinningen vieren en motiveren tot promotie/marketing, evalueren, leren en verbeteren. Vanuit deze doelen wordt de meetvraag opgesteld. Dit kan een rapportagevraag zijn of een leervraag. Alleen in het geval van de leervraag wordt inzicht verkregen in de relatieve kosteneffectiviteit van een project, doordat een benchmark wordt gebruikt. Wanneer het doel van de evaluatie en de evaluatievraag duidelijk zijn, laat het model zien welk type effect gemeten moet worden om de impactvraag te

Impactdoelen, vragen en effecten in de maatschappelijke waardeketen



beantwoorden (input, output, outcome, missie-impact, maatschappelijke impact). Achtereenvolgens kunnen de volgende stappen gezet worden:

- + methode selecteren, bijvoorbeeld veldexperiment, perceptiestudie, most significant change stories;
- + de indicatoren definiëren, bijvoorbeeld IRIS database, Millennium Development Goals, indicatoren van het Global Impact Investing Network;
- + het instrument om data te verzamelen bepalen, bijvoorbeeld technische metingen, interviews, survey's;

+ de analyse vaststellen, bijvoorbeeld wel of niet statistisch.

Het strategisch omgaan met impactdenken én impactmeten biedt gigantische kansen. Als we vanuit impactdenken starten en vervolgens ook de impact meten, kunnen we niet alleen laten zien welke impact wordt gerealiseerd maar ook, en misschien nog wel belangrijker, zien welke impact niet gerealiseerd wordt en leren wat er beter kan. Alleen dan kunnen organisaties de impact van hun activiteiten, producten en diensten verder verbeteren. www.impactmeten.nl



Dr. Karen Maas (1970) is assistent professor bij de Erasmus School of Economics en directeur van de MVO-opleiding aan deze universiteit. Maas geldt in Nederland als de belangrijkste deskundige op het gebied van impactmeting. maas@ese.eur.nl



Symposium **Impactmeting** Praktijkcases

Nu de serie van 6 afleveringen over Impact van Karen Maas in P+ compleet is, bieden we onze lezers de mogelijkheid om haar vanuit de eigen praktijk vragen te stellen. Vier partners van P+ brengen ook hun eigen ervaringen naar voren als praktijkcases. Door de keuze voor doelgroepen kan een cross-sectorale uitwisseling van kennis en ervaring ontstaan. Maas zal bovendien een eigen nieuw model lanceren.

Wanneer:

Donderdag 30 oktober 2014

Waar:

Op de Erasmus Universiteit,
Burgemeester Oudlaan 50,
3062 PA Rotterdam

Aanvang:

Vanaf 14.30 uur, ontvangst

Doel:

Inzicht verkrijgen in de laatste ontwikkelingen van impactmeting, leren van elkaar, cross-sectoraal uitwisselen en bespreken van praktijkervaringen

Voor wie:

Voor en door professionals die in de praktijk met impactmetingen werken. Vier doelgroepen:

- + bedrijfsleven (MKB en grootbedrijf)
- + financiële instellingen
- + ontwikkelingsorganisaties
- + deelnemers aan partnerschappen

Aantal deelnemers:

Tot maximaal 100

- + Alumni van Erasmus Universiteit
- + Lezers van P+
- + Relaties van P+ Partners

Entreegeld:

75 euro, excl. BTW

Presentatie:

Jan Bom, hoofdredacteur van P+ People Planet Profit en Karen Maas, assistant professor Erasmus School of Economics.

Programma:

1. Karen Maas, 30 minuten met update laatste ontwikkelingen impactmeting en nieuwste model.
2. Recente praktijkervaringen, 15 minuten ieder

+ Bedrijven: MVO Nederland

+ Financials: FMO

+ Ontwikkelingsorganisaties: BOPinc

+ Partnerschappen: IDH

3. Gesprek en uitwisseling kennis en ervaringen met de zaal.

4. Borrel met hapje vanaf 17.00 uur

Aanmelding:

Via de website van P+ People Planet Profit www.p-plus.nl/meeting



ADVERTENTIE



HELPEN ONTBOSSING UIT TE BANNEN

ONTBOSSING DRAAGT IN HOGE MATE BIJ AAN KLIMAATVERANDERING: HET IS VERANTWOORDELIJK VOOR ZO'N 15% VAN DE WERELDWIJDE CO₂-UITSTOOT. VIER GRONDSTOFFEN – PALMOLIE, SOJA PAPIER/PULP EN VLEES – SPELEN DAARBIJ EEN SLEUTELROL. ALS EEN VAN 'S WERELDS GROOTSTE AFNEMERS VAN PALMOLIE KUNNEN WIJ EEN TOONAANGEVENDE ROL SPELEN OM ONTBOSSING EEN HALT TOE TE ROEPEN. DAARTOE WERKEN WE SAMEN MET VERSCHILLENDE PARTIJEN, WAARONDER NGO'S EN DE RONDE TAFEL VOOR DUURZAME PALMOLIE. TEGEN 2020 WILLEN WIJ 100% VAN ONZE PALMOLIE BETREKKEN UIT GECERTIFICEERDE, TRACEERBARE BRONNEN.

WE ZIJN ERVAN OVERTUIGD DAT EEN EINDE AAN ONTBOSSING BINNEN ONS BEREIK LIGT.

WWW.UNILEVER.NL/DUURZAAMLEVEN

