

Missie Impact Challenge: de maatschappelijke impact van de goededoelensector vergroten en beter zichtbaar maken

De opgave is de gemeenschappelijke zoektocht naar de meest effectieve strategie om de organisatiemissie te realiseren.



Activiteiten

WAT WE DOEN

Aanname

Organisaties vinden impact belangrijk genoeg om er tijd en capaciteit voor vrij te maken.

Wat we doen:

1. Adresseren van het impactvraagstuk
2. Inspireren rond het impact vraagstuk met Impact Event en ontwikkelingsprijs
3. Trainen en stimuleren te leren
4. Kennis delen

Activiteiten:

- Aandacht voor doelrealisatie en impact in hertoetsingen CBF en agenderen thema Impact Challenge
- Online toolkit: Toegankelijk maken van kennis en onderzoek (ter onderbouwing van verandertheorie) en bruikbare manieren om je impact beter zichtbaar te maken (SDGs etc.)
- Workshops op gebied van de punten benoemd in de outcome (incl. maken van ToC op organisatieniveau)
- Intervisie
- Impact Event
- CBF-Sectorinventarisaties (sectorreflectie of anderszins)
- Communiceren over de Impact Challenge en haar activiteiten richting goede doelen (agenderen en inspireren)
- Communiceren over de Impact Challenge richting publiek ('We maken als sector werk van impact'.)
- Impact Challenge Award voor beste en reproduceerbare leerervaring rondom het vergroten en/of beter zichtbaar maken van impact



Output

DE TELBARE RESULTATEN: WAT WE TELLEN ALS HET KLAAR IS

Aanname

Geïnspireerde leiders en getrainde medewerkers leiden tot ander gedrag van organisaties. En wanneer mensen elkaar kennen, is de kans groter dat ze gaan afstemmen, samenwerken en delen.

Wat we tellen:

- # organisaties waarvan een of meerdere directeuren/bestuurders betrokken zijn geweest bij initiatieven van de Impact Challenge
- # organisaties waarvan een of meerdere medewerkers hebben deelgenomen aan initiatieven van de Impact Challenge

Indicatoren (te tellen per activiteit)

- a. # getrainde medewerkers
- b. # bezoekers (leiders en medewerkers) op event
- c. # medewerkers dat van elkaar leert en elkaar aanscherpt (deelnemers intervisie)
- d. # raadplegen van de online toolkit
- e. # respons op sectorinventarisaties (sectorreflectie of opvolgvragen)
- f. # organisaties geven aan dat ze actie hebben ondernomen nav uitkomsten sectorreflectie
- g. # aanmeldingen voor de Impact Challenge Award
- h. # views/likes/shares/enz van top 3 leerervaringen van de Impact Challenge Award



Outcome

DE GEWENSTE GEVOLGEN VAN DEZE TELBARE RESULTATEN

Aanname

Organisaties die onderstaande stappen doorlopen (gedrag), krijgen de inzichten die nodig zijn om hun missie optimaal te realiseren.

De gevolgen die we willen zien:

Organisaties hebben inzicht in:

1. alternatieve strategieën voor het realiseren van hun missie, en in de optimale rol die zij kunnen vervullen binnen de context.
2. hun eigen best practices/failures en die van anderen
3. de meeste effectieve strategieën om hun missie te realiseren.

Indicatoren (te meten in sectorreflectie)

% organisaties die voor een best-practise project:

- a. een logische verandertheorie expliciteren: ze beschrijven hoe ze verwachten met hun activiteiten hun missie te realiseren inclusief de aannames die daarbij horen
- b. kunnen aantonen actief naar beschikbare kennis te zoeken die hun verandertheorie en de bijbehorende aannames onderbouwt
- c. naast de gekozen aanpak een andere oplossing voor hetzelfde vraagstuk kunnen beschrijven
- d. inzicht hebben in de behoefte van het doel/de doelgroep
- e. inzicht hebben in de context van het project: wat doen anderen?
- f. een ABC-onderbouwing kunnen geven: waarom is de gekozen aanpak het beste alternatief om in de behoefte te voorzien binnen de betreffende context?
- g. de gevolgen van het project monitoren
- h. aantoonbaar het effect van het project op de missie van de organisatie evalueren
- i. aantoonbaar de ABC-onderbouwing evalueren

Indicatoren (te bepalen bij ontwikkelingsprijs)

Gemiddelde score van de inzendingen



Impact

HET EFFECT VAN DEZE GEVOLGEN OP DE IMPACT-CHALLENGE-MISSIE

Aanname

Wanneer organisaties weten hoe zij hun missie optimaal kunnen realiseren, zullen zij dit ook doen. En wanneer zij hun missie daadwerkelijk realiseren, dan gaan ze dit zichtbaar maken.

Het effect op de missie van de Impact Challenge

1. Organisaties kiezen de meest effectieve strategieën om hun missie te realiseren.
2. Organisaties maken de effecten op hun missie zichtbaar in externe communicatiemiddelen.
3. De goededoelensector maakt zichtbaar hoe en waar zij bijdraagt aan een betere wereld.

Evaluatievragen

Is er groei zichtbaar in het aantal organisaties dat:

- op organisatieniveau een ABC-onderbouwing geeft van haar kernactiviteiten in relatie tot de organisatie missie?
- op organisatieniveau de ABC-onderbouwing evalueert en zo nodig de kernactiviteiten herzielt?
- het effect van haar kernactiviteiten op de missie van de organisatie valideert?
- het effect van haar kernactiviteiten op de missie van de organisatie kwantificeert?