

Maak Samen Tijd Vrij

Van project
naar werking



Schakel 5: Van project naar werking

Inhoud

EVALUATIE	3
INDICATOREN.....	3
STORIES OF CHANGE	3
OUTCOME HARVESTING.....	4
VERDUURZAMING	5



EVALUATIE

Doelstelling: In deze fase is het van belang om terug- en vooruit te kijken. Evalueer wat goed en minder goed liep, waar bijgestuurd moet worden, of de beoogde doelstellingen gehaald zijn en welk toekomstverhaal mogelijk en wenselijk is voor dit project.

Doelgroep: Stakeholdersoverleg – inclusief kinderen en jongeren in de jeugdhulp

Het lijkt een evidentie om te stellen dat een project moet geëvalueerd worden. En toch blijkt dat in de praktijk vaak eerder een bijkomstigheid te zijn.

Zie de evaluatie dan ook niet als de laatste schakel, maar als een **continu proces** dat van bij de start in gang gezet wordt. Bouw de evaluatie in de architectuur van het proces in. Werk met mijlpalen, indicatoren, tussentijdse doelen en bouw enkele tussenpunten in waar je tijd neemt om stil te staan bij het proces.

Een belangrijk spanningsveld is dat tussen concrete resultaten en veranderingen op lange termijn. Met dit project beoog je dat het recht op vrije tijd voor kinderen en jongeren in de jeugdhulp sterker gerealiseerd en gegarandeerd wordt. Dat is een ambitie die je binnen de gemiddelde projectduur (1-2 jaar) niet volledig kan bereiken. Dat vraagt dus een blik op de horizon en tegelijk willen we ook in het hier en nu kunnen inschatten of we de juiste stappen aan het zetten zijn.

Maak daarom **onderscheid tussen output en impact**. Impact is de verandering die je op lange termijn wil zien. Output zijn de concrete resultaten die rechtstreeks uit je acties voortvloeien (bv. dat je de nodige partners op een overleg hebt kunnen samenbrengen). Vertrek vanuit de impact en werk toe naar welke tussentijdse stappen en resultaten je nodig hebt om dit te realiseren.

3 tips:

1. Wacht niet tot het einde van je traject om te evalueren. Doe dit ook tussentijds, zodat er nog bijgestuurd kan worden.
2. Doe de evaluatie ook samen met kinderen en jongeren – zo krijg je een meer diepgaande evaluatie en erken je hen in hun actorschap.
3. Probeer ook hier te variëren in de methodieken of tools die je gebruikt.

We geven hieronder drie mogelijke manieren mee om het project te evalueren. Weet ook hier dat er andere methodieken mogelijk zijn.

INDICATOREN

Als je ook voor andere projecten gewoon bent om met (kwantitatieve) indicatoren te werken, kan het zinvol zijn om dat ook voor dit project te doen. Probeer ook hier aandacht te hebben voor het verschil tussen korte-, middellange- en langetermijndoelstellingen en probeer indicatoren zo te formuleren dat ze in een evaluatie bruikbaar zijn om bij te sturen. Zie indicatoren dus niet als een verplichting of afvinklijstje, maar gebruik ze als monitoringtool om je project bij te sturen en te verbeteren.

STORIES OF CHANGE

Stories of change tonen aan wat er is veranderd en welke meerwaarde je project heeft gehad aan de hand van een specifiek verhaal of gebeurtenis. Het is duidelijk gestructureerd met een begin, midden en einde, waarmee het focust op de verandering die heeft plaatsgevonden. Door een specifiek verhaal te vertellen neem je mensen mee in het belang van je werking of project. Het toont het **wezenlijk verschil**. Deze verhalen vormen een kwalitatieve bron van evaluatie en kunnen zo een mooie, levendige aanvulling zijn op een meer kwantitatieve evaluatie of terugblik.

Het kan vooral een interessante evaluatie methodiek zijn naar externe partners of structuren die je verder in de toekomst wilt meenemen in de werking of wilt overtuigen van het belang er van. In plaats van alleen maar uit te leggen wat uw organisatie doet, wat soms eerder abstract kan blijven, gebruikt een impactverhaal een



echt verhaal, met echte mensen en gebeurtenissen, om een emotionele verbinding te maken tussen uw publiek en het waardevolle werk dat je doet.

OUTCOME HARVESTING

Een techniek om de outcome, de veranderingen op middellange termijn, te capteren en te evalueren is 'outcome harvesting'. Deze aanpak maakt het mogelijk om samen met de betrokkenen na te gaan wat er veranderd is en op welke manier het project of de interventie bijgedragen heeft aan die verandering.

Om te kunnen **harvesten**, doorloop je een aantal stappen:

1. Bepaal wat je te weten wil komen – op welke vragen wil je een antwoord? Als je in het voortraject de missie en doelstellingen al scherp formuleerde, vind je daar al een goede basis voor deze stap.
2. Ga na welke veranderingen hebben plaatsgevonden en probeer te bepalen wat de 'change agent' geweest is. Bepaal dus door wie, wanneer, waarom en hoe de verandering tot stand kwam. Dit kan zowel over gedrag, ideeën, verhoudingen, praktijken of beleid gaan. Gebruik hiervoor documenten, rapporten, gesprekken, ...
Betrek de stuurgroep en de doelgroep bij het in kaart brengen van de veranderingen.
3. Analyseer de verzamelde input. Toets af bij een neutrale partij (bvb. een collega of organisatie die niet in het project betrokken is, maar het wel kent) of de besluiten accuraat en relevant zijn.
4. Bepaal welke bijkomende acties nodig zijn om eventuele andere gewenste veranderingen mogelijk te maken.

Meer lezen:

- https://www.betterevaluation.org/en/plan/approach/outcome_harvesting
- <https://nl.voicesthatcount.net/outcomeharvesting>
- <https://socius.be/wp-content/uploads/2016/01/Peilennaardeimpactvansociaalculturelepraktijken.pdf>
- <https://www.intrac.org/wpcms/wp-content/uploads/2017/01/Most-significant-change.pdf>
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.513.2728&rep=rep1&type=pdf>



VERDUURZAMING

Doelstelling: Zorgen dat er toekomstperspectief is, dat geleerde lessen meegenomen worden, dat effecten of initiatieven blijven doorwerken, dat het project in een of andere vorm een plek krijgt binnen de dagelijkse werking

Doelgroep: lokale trekker

Je bent ondertussen al een tijdje – misschien wel al enkele jaren – bezig met dit thema. Je doorliep misschien ook al wat schakels uit deze toolbox. Jij en heel wat andere betrokkenen zijn ervan overtuigd dat het werk dat verzet is zinvol is en **nood heeft aan een vervolg of aan continuering**. In welke vorm die verduurzaming er zal komen, zal van project tot project afhangen.

Toch zijn er een aantal kapstokken of factoren die nodig zijn om tot een vorm van verduurzaming te komen:

1. Veranker het verhaal via een **goede overlegstructuur**. Dat kunnen bestaande fora zijn, zoals een logo of jeugdwelzijnsoverleg, maar dat kan evengoed een overleg zijn dat in de schoot van het project ontstaan is. Het kan hier ook gaan om een vorm van ‘netwerkdagen’ die maar 1 of 2 keer per jaar georganiseerd worden, maar waar wel een brede groep op vertegenwoordigd is. Belangrijk is vooral dat het **thema ergens expliciet op de agenda** staat en blijft staan. Een koppeling met bestaande initiatieven kan eveneens een mogelijkheid zijn om blijvende middelen voor dit thema te realiseren.
2. **Betrokkenheid van mensen**. Het lijkt een boutade om te zeggen dat alles staat of valt met de juiste mensen op de juiste plaats, maar het is wel zo. Probeer mensen betrokken te krijgen en te houden op het thema. Weet dat je bij personeelwissels en -verschuivingen steeds opnieuw moet blijven investeren in die persoonlijke connectie en die betrokkenheid op het thema.
3. **Lobby voor je verhaal**. Ook dit begint vaak al lang voor het einde van een project in zicht is. Durf op de juiste momenten uit te pakken met je verhaal, zoek hoe je mensen persoonlijk kan bewegen en ontroeren en speel daar op in. Zorg ook hier weer dat de boodschap helder is. Lees zeker ook nog de tool ‘[vergroot je draagvlak](#)’ voor extra tips.

Kies strategisch wanneer je je lokaal bestuur betreft: vooraf om hen mee te krijgen, of nadat je de eerste successen geboekt hebt en hen zo kan overtuigen met resultaten.

4. Zet daarom ook in op **goede communicatie**, ook naar mensen die minder betrokken zijn. Laat zien in beelden, verhalen en cijfers waarom dit thema zo belangrijk is en waarom het nodig is om hierop in te zetten. Gebruik hier zeker ook het materiaal van [Maak Tijd Vrij](#) voor.

2 tips:

1. Bezint eer je begint – wacht niet tot het einde van je verhaal om over deze schakel na te denken.
2. Besteed aandacht aan je communicatie, maak je project en je resultaten zichtbaar en tastbaar. Dat is immers de basis om mensen overtuigd te krijgen van je verhaal.

