## Het instrumentarium

Wa is da?

Organisaties en Antwerpse jeugd in de diepte bevragen is niet nieuw voor de stedelijke jeugddienst. De afgelopen jaren werd al heel wat expertise uitgebouwd. Een groot deel van de methodieken uit het instrumentarium werd, en wordt nog steeds, regelmatig gebruikt.

In onderstaande lijst staan verschillende methodieken waarmee je kwalitatieve en kwantitatieve**\*** data kan verzamelen. Een instrument op zich is onvoldoende om diepgaand naar impact te peilen. Het kan al wel iets zeggen, maar op zichzelf geeft het een te beperkt en eenzijdig beeld. Om in de diepte te peilen dien je verschillende instrumenten te combineren. Om verklarend en diepgaand te peilen is het noodzakelijk om met focusgroepen te reflecteren. Zo kunnen conclusies en tendensen concrecter bepaald worden.

**\* Kwantitatieve gegevens zijn de kille, harde feiten. Kwalitatieve gegevens is meer beschrijvende informatie.**

Heeft een professionele jeugdorganisatie een eigen methode die hier nu (nog) niet in staat kan het die blijven gebruiken. Deze lijst is nooit helemaal af, er komen ongetwijfeld nog tools bij.

Het instrumentarium

In een notedop:

*BASISTOOLS*

Dat zijn de tools die sowieso gebruikt worden:

* Evaluatie - & planningsgesprek
* Impact peilingsgesprek
* Cijfers
* Evaluaties
* Plaats bezoeken
* Analyse van online informatie
* Focusgroep(en)

*EXTRA TOOLS*

Uit deze tools kan men kiezen om ruimer impact op maat te meten:

* Tijdlijn
* Analyse van de database (van de professionele jeugdorganisaties)
* Apps - Webtools
* Logbook
* Observatie
* Storytelling
* Instagram
* Hall of fame
* Oor (combinatie van digitaal & vindplaatsgericht werken)
* Take over
* ComPas
* Bevraging jeugdwerkers en of professionele jeugdorganisatie
* Bevraging doelgroep
* Bevraging netwerk
* Gevoel button - gevoel curve
* Survey
* Collages
* Evaluatie specifieke activiteiten
* Interviews
* Babbelbox

Om tot een ietwat diepgaande resultaat te komen dien je de basis tools te combineren met één of meerdere extra tools.

## Analyse van het instrumentarium

Basis tools

Dit zijn instrumenten die we sowieso al gebruiken. Of op termijn standaard deel van impact peilen zullen uitmaken.

#### Evaluatie- & planningsgesprek

* Om de doelstelling van de jeugdpartner voor het komende jaar te bepalen & benoemen
* Moment om diepgaand de beoogde doelstellingen en dus ook impact te bepalen & benoemen
* Kwalitatieve data

#### Impact peilingsgesprek

* Om het resultaat van de voorbije peiling te evalueren en indien nodig de volgende bij te sturen
* Om vast te leggen welke impact men gaat peilen
* Om een impact peilingstijdlijn op te maken
* Is telkens de start van een nieuw impact peilen werkjaar
* Kwalitatieve en kwantitatieve data

#### Cijfers

* Cijfers an sich geven geen diepgang. Daarvoor moeten ze onderzocht en geïnterpreteerd worden.
* Kan eventueel wel tendensen aangeven
* Goed vooraf bepalen welke cijfers relevant zijn en dan zorgen dat iedereen dezelfde cijfers inventariseert
* Met een app snel en makkelijk te verwerken
* Kwantitatieve data

#### Evaluaties

* Onderzoeken of de bij de convenantbespreking vastgelegde doelen behaald werden
* Om te onderzoeken of de juiste ondersteuning geboden wordt
* Om te onderzoeken of de juiste partners, diensten en andere organisaties hun bijdrage leveren
* Moment om diepgaand data van de impactpeiling te bespreken
* Om conclusies uit de gemeten data te trekken
* Om bepaalde tendensen mee bloot te leggen
* Om te evalueren of de gebruikte tools de juiste waren
* Onderzoeken of eventuele bijsturingen nodig zijn
* Kwalitatieve data

#### Plaatsbezoeken

* De deskundige jeugdwerk bezoekt een specifieke werking of activiteit
* Een goede kennismaking met de werking – activiteit
* Kan zeer gericht een peiling – bevraging aan gekoppeld worden. Zowel met de jeugdwerkers als het doelpubliek
* Vraagt tijd
* Is dat objectief genoeg? Legt iedereen niet eigen accenten? Ziet iedereen hetzelfde?
* Is het correct om op basis van een plaatsbezoek conclusies te trekken?
* Kwalitatieve en kwantitatieve data

#### Analyse van online informatie

* Overzicht van de doelstelling van de organisaties
* Online overzicht van de werking en geplande activiteiten
* Online overzicht van de agenda
* Om plaatsbezoeken in te plannen
* Online via sociale media volgen waar de organisaties en hun deelnemers mee bezig zijn

#### Focusgroepen

* Om diepgaander conclusies en tendensen uit de gemeten data te trekken
* Om jeugdwerkers, de doelgroep, partners en andere belanghebbenden:
	+ actiever bij het impact peilen te betrekken
	+ hun draagvlak & betrokkenheid bij peilen van de impact & impactgericht werken te verhogen
* Om op districts- of wijkniveau impact van en met verschillende partners samen te bespreken
* Kost wel wat tijd
* Dient goed voorbereid te worden
* Juiste skills en vaardigheden nodig om dit te begeleiden
* Nood aan impactpeilingsdata
* Kwalitatieve data

Extra tools

Door een of meerdere van deze instrumenten toe te voegen krijg je een meer accurate en diepgaande peiling.

#### Tijdlijn

* Om de genomen stappen – inspanningen van een organisatie in kaart te brengen
* Om stappenplan gekoppeld aan de te behalen doelstellingen concreet en tastbaar weer te geven
* Om planningen te maken en te volgen
* Om gestructureerd de impactpeiling weer te geven
* Hulpmiddel bij peilen naar impact
* Kwalitatieve en kwantitatieve data

#### Analyse van de database (van de professionele jeugdorganisaties)

* Om te onderzoeken vanwaar een organisatie vertrekt
* Een beter beeld van de organisatie te krijgen
* Tijdrovend
* Kan door iemand extern
* Als basis voor verder peiling
* Geeft het in verhouding met de tijdsinvestering voldoende werkbare output?
* Kwantitatieve en kwalitatieve data

#### Apps

* Laagdrempelig
* Groot bereik
* Tool om specifieke info mee te verzamelen
* Makkelijke tool om mee te registreren
* Laagdrempelig om zowel jeugdwerkers als jongeren mee te bereiken
* Tool voor survey
* Kost geld (hetzij op maat laten maken, of licentie bestaande app)
* Streetsmart Impact app
* Ciamer (Sta-an)
* Impact track (Via sociale innovatiefabriek)
* Kwantitatieve en kwalitatieve data

#### Webtools

* Apps zijn blijkbaar zo 2000…
* Makkelijker tussendoor aan te passen
* Kan op maat van het Antwerps professioneel jeugdwerk opgebouwd worden
* Laagdrempelig
* Groot bereik
* Tool om specifieke info mee te verzamelen
* Makkelijke tool om mee te registreren
* Laagdrempelig om zowel jeugdwerkers als jongeren mee te bereiken
* Tool voor survey
* Kost geld om aan te maken, maar
* Nadien geen maandelijkse licentiekosten meer
* Kwantitatieve en kwalitatieve data

#### Logbook

* Om feiten en gebeurtenissen mee bij te houden
* Om het resultaat van peilingen bij te houden
* Om op een later tijdstip gepeilde data consulteren
* Let op dat de vastgelegde data authentiek en accuraat is
* Biedt de mogelijkheid om gestructureerd te werken
* Om positieve en negatieve ervaringen-interventies mee bij te houden
* Biedt de mogelijkheid om te reflecteren
* Kan tekst, beeld en-of cijfers bevatten
* Kan op maat opgemaakt worden

**Observatie**

* Uit eerste hand informatie opdoen
* Basis van empirisch onderzoek (= een onderzoeksactiviteit die directe, eigen waarnemingen gebruikt)
* Met een bepaald doel objectief mogelijk feiten registreren
* Naar wat mensen doen en zeggen (menselijk gedrag) in een bepaalde situatie kijken en luisteren
* Kan wel of niet participerend
* Stel vooraf gerichte observatievragen

#### Storytelling

* Perfecte tool om impact mee tastbaar en zichtbaar te maken
* Geeft mogelijkheid om diepgaand te bevragen
* Vraagt tijd
* Vraagt de nodige competenties - vorming
* Resultaat van verhalen sprokkelen kan in focusgroepen besproken worden
* Kwalitatieve data

#### Instagram

* Via deze app kan je heel laagdrempelig pols houden
* Is ideaal voor (positieve) beeldvorming, om de waarde en impact van het jeugdwerk extra zichtbaar te maken
* Een laagdrempelige manier om jongeren te bereiken – bevragen
* Kwalitatieve data

#### Hall of Fame

* Op een makkelijk toegankelijke plek een muur (prikbord) waar deelnemers hun feedback op kunnen geven met quotes, schetsen of foto’s
* Door maandelijks met de deelnemers deze muur te bekijken en te bespreken krijg je diepgaandere data
* Deelnemers kunnen er anoniem feedback op geven
* Handige tool voor tussentijdse evaluaties
* Goede tool om over impact zichtbaar te maken
* Kwalitatieve data

#### Oor

* De participatietool van de stedelijke jeugddienst
* Om bevragingen op maat op te zetten
* Combinatie van digitaal & vindplaatsgericht werken
* Met kundige assistentie vanuit de stedelijke jeugddienst
* Ondertussen al versie 3.0, wordt regelmatig geoptimaliseerd
* Veel ervaring mee
* Met een 20 tal tablets die ontleent kunnen worden
* Kan online of offline gebruikt worden
* Kwantitatieve en kwalitatieve data

#### Take over

* Bottom up inspraak tool
* Brug tussen beleid en Antwerpse jeugd (of anders om?)
* Vanuit stedelijke jeugddienst opgezet
* Niet om op maat van een specifieke organisatie te peilen
* Wel om los van het Antwerps professioneel jeugdwerk de doelgroep te bevragen, breder impact te peilen
* Kwalitatieve data

#### ComPas

* Een tool waarmee jongeren hun competenties ontdekken en bijschaven
* Geeft de mogelijkheid om jongeren individueel te bevragen
* Is gekoppeld aan een specifiek engagement, wat op zich ook data voor impactpeiling geeft
* Is veelal aan een professionele jeugdorganisatie gelinkt
* Kwantitatieve en kwalitatieve data

#### Bevraging jeugdwerkers en/of professionele jeugdorganisaties

* Eenmalige survey… of
* Op regelmatige basis gericht bevragen
* Opletten voor sociaal wenselijke antwoorden
* Opletten voor te veel tunnelvisie, dus best combineren met andere data
* Als voorbereiding op focusgesprek
* Goed voorbereiden
* Opmaken, afnemen en verwerken is eerder tijdrovend
* Assistentie en vorming door stadsmarketing mogelijk
* <https://nl.surveymonkey.com/>
* Kwalitatieve data

#### Bevraging doelgroep

* Eenmalige survey…of
* Op regelmatige basis gericht bevragen
* Consequent na bepaalde activiteiten je doelgroep bevragen
* Een paar leden uit je doelgroep een paar keer per jaar bevragen
* Algemene korte online bevraging - pols
* Persoonlijke diepgaandere bevragingen
* Opletten voor sociaal wenselijke antwoorden. Hoe vermijden dat de doelgroep antwoord met datgene waarvan ze denken dan dat hetgeen is wat de vraagsteller zou willen horen?
* Als voorbereiding op focusgesprek
* Via oor
* Opmaken, afnemen en verwerken is eerder tijdrovend
* Goed voorbereiden
* Assistentie en vorming door stadsmarketing mogelijk
* <https://nl.surveymonkey.com/>
* Kwalitatieve data

#### Bevraging netwerk

* partners en andere belanghebbenden uit je netwerk bevragen
* doorbreekt tunnelvisie
* kan onbedoelde effecten zichtbaar maken
* Opmaken, afnemen en verwerken is eerder tijdrovend
* Kan door een extern iemand
* Kan als basis dienen voor focusgesprekken
* Assistentie en vorming door stadsmarketing
* <https://nl.surveymonkey.com/>
* Kwalitatieve data

#### Gevoelsbuttons – gevoelscurve

* Deelnemers kiezen aan het begin en het einde van de dag - activiteit een speld en geven zo hun gemoedstoestand aan. Aan het einde van de dag - activiteit alle gevoelens die er geweest zijn bespreken om zaken nog verder uit te klaren of op te lossen en te verdiepen
* Kan gebruikt worden om te onderzoeken of activiteiten een effect op de gemoedstoestand van de deelnemers hebben.
* Door elke maand de meest significante te registeren en er over te reflecteren kan je eventueel specifieke conclusies en tendensen trekken
* <https://www.vlaamse-logos.be/content/gevoelsbuttons-0>
* Je kan zelf een gevoelscurve opmaken waarmee je individueel kan peilen naar de gemoedstoestand van je deelnemers - respondenten
* Kan via apps zoals street smart impact app
* Kwalitatieve data

#### Survey (enquête)

* Tool om gericht te bevragen
* Kan kort
* Of uitgebreid
* Kan online
* Kanoffline
* Met begeleiding
* Zonder begeleiding
* Op maat van de organisatie of datgene wat je wil meten = een goede tool om aan maatwerk te doen
* Opmaken, afnemen en verwerken is eerder tijdrovend
* Kan door een extern iemand
* Kan als basis dienen voor focusgesprekken
* Assistentie en vorming door stadsmarketing mogelijk
* <https://nl.surveymonkey.com/>
* Kwantitatieve en kwalitatieve data

***Collages***

* Laagdrempelige, fijne creatieve manier om je mening-idee over iets te geven
* Goede en laagdrempelige manier om kinderen te betrekken bij peilen naar impact
* Geeft een resultaat dat eventueel getoond kan worden
* Kan een aanzet tot een diepgaander gesprek zijn
* Kan zowel digitaal als analoog
* Kan tevens een middel zijn om je doelgroep te sprokkelen of veilig uit hun comfortzone te treden

#### Evaluatie specifieke activiteiten

* Na een activiteit met de doelgroep evalueren en daarbij stil staan op wat deze activiteit voor hen betekende
* Al dan niet regelmatig herhalen vooraleer conclusies te trekken
* Als voorbereiding op focusgesprek
* Opmaken, afnemen en verwerken is eerder tijdrovend
* Goed voorbereiden
* Nadien verwerking van resultaten nodig. Hoe dit zo objectief mogelijk houden?
* Kwantitatieve & kwalitatieve data

#### Interviews

* Goed voorbereiden
* Vooraf duidelijk bepalen welke info je wil
* Specifieke competenties nodig
* Opmaken, afnemen en verwerken is eerder tijdrovend
* Kan door externen afgelegd worden
* Als basis voor storytelling
* Als basis voor focusgroepen
* Kwalitatieve data

#### Babbelbox

* Goed om verhalen te sprokkelen
* Kan op veel verschillende locaties ingezet worden
* Best wel met begeleiding
* Opmaken, afnemen en verwerken is eerder tijdrovend
* Prijzig?
* Kwalitatieve data

Impactgericht werken

#### Theory of change

* Een goed uitgewerkt kader - tool
* Tijdrovend! (?)
* Coaching of specifieke vorming wenselijk
* Basis van impactgericht werken
* Kwalitatieve data

#### Transformatieve evaluatie

* Op basis van Most significant change je werking continu evalueren
* Kwalitatieve data

#### Adaptieve evaluatie

* *Moet nog uitgewerkt worden*

***Narratieve evaluatie***

* Basis = sprokkelen van verhalen, vandaaruit focusgroepen opzetten
* Voordeel: maakt van de respondenten onderzoekers. Ze verwerken hun verhaal door zelf de patronen en tendensen er uit te halen
* Met focusgroepgesprekken
* Tool – werkwijze die aan de impact coachen aangeleerd kan worden
* Is een tool dat aan alle professionele jeugdpartners aangeboden kan worden. Hiermee kunnen alle bovenstaande tools in de vuilnisbak. Maakt het eenvormiger en eenvoudiger? Nadeel: geen maatwerk meer mogelijk.
* Kostprijs?
* 4Vitae <https://4vitae.nl/>
* Ipsos <https://www.ipsos.com/nl-nl>
* Indiville <https://indiville.be/>
* Kwantitatieve en kwalitatieve data

#### SWOT-analyse

* is een methode om sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van een project of organisatie te evalueren