

Bijlage 1: Interviewvragen

Wat wordt er binnen de corporatie/gemeente gedaan om het maatschappelijke rendement van projecten aan te tonen?

Waar wil de corporatie/gemeente naar toe in de toekomst?

Hoe zit de besluitvorming van projecten in elkaar? Hoe kan het MR terugkomen?

Hoe gaat de corporatie/gemeente om met het financiële rendement bij de ontwikkeling van voorzieningen?

Investerings in de wijk

Wordt er door de corporatie/gemeente veel onrendabel in voorzieningen geïnvesteerd?

Welke informatie is er binnen de corporatie/gemeente beschikbaar om de ontwikkeling in de wijk te monitoren?

MFA's

Heeft de gemeente/corporatie zicht op de mate van efficiëntie van gebruik van hun voorzieningen? Zo ja, hoe?

Gelooft u in de meerwaarde van het concept MFA? Zo ja, waarom? Zo nee, waarom niet? En waaraan moet een MFA voldoen?

Over de methode

Wat vindt u belangrijk aan de methode om het Maatschappelijk rendement te meten?

Hoe ziet u het meten van maatschappelijk rendement voor zich?

- In geld uitdrukken;
- Meten en monitoren met indicatoren;
- Verhalenderwijs;
- Investeringsvoorstellen door jury laten beoordelen op basis van maatschappelijk rendement.

Bijlage 2: SROI

In de SROI-literatuur zijn diverse stappenschema's te vinden. Er zijn vier hoofdstappen te onderscheiden:

1. De basis met een effectenkaart

2. Monetariseren

De maatschappelijke effecten kunnen vervolgens worden uitgedrukt in euro's. Daarvoor zijn verschillende technieken beschikbaar. In de SEV-experimenten zijn er vier gebruikt.

- Effecten worden uitgedrukt in geld door te onderzoeken welke besparingen of opbrengsten een investering elders in de maatschappij teweeg brengt, of welke schade daarmee is voorkomen.
- Een andere manier om te monetariseren is te achterhalen wat het kost om een marktpartij dezelfde effecten te laten veroorzaken.
- Een prijs is ook te bepalen door mensen te vragen welk bedrag ze voor een bepaald effect over hebben. Hoe groot is de bereidheid om ergens voor te betalen? Dit kan worden achterhaald in een interview, een panel of enquête.
- Tot slot kan van het verschil een (professionele) taxatie worden gemaakt (SEV, 2007).

3. SROI-analyse

De gemonetariseerde effecten worden opgenomen in een overzicht (bijvoorbeeld een 'excell-sheet'). Daarna kunnen ze op verschillende manieren worden geanalyseerd en bewerkt.

4. SROI-rapport

Het SROI-rapport presenteert de uitkomst van de SROI-analyse: de SROI-ratio en de betekenis die daaraan gegeven kan worden. Verder doet het rapport verslag van de gebruikte aannames en de uitkomsten van de gevoeligheidsanalyse. De inrichting en de toon van het rapport moeten toegespitst zijn op de doelgroep en de concrete aanleiding om de methode in te zetten. Gaat het om interne besluitvorming? Of is het de bedoeling belanghouders de maatschappelijke meerwaarde van een investering te laten zien, waarbij dus ook PR-overwegingen spelen? (SEV, 2007)

Bijlage 3: Waarde(n)zeef

De methode is te beschrijven aan de hand van vier hoofdstappen. De verschillende elementen van deze stappen bieden ruimte voor maatwerk. Hieronder wordt de aanpak van In Groningen beschreven.

1. Voorbereiding

- Identificeren van de partijen die betrokken zijn bij een op te lossen maatschappelijk vraagstuk. In het SEV-experiment gaat het om de leefbaarheid in de Groningse Korrewegwijk.
- Bepalen van de gewenste maatschappelijke effecten en doelen. In het SEV-experiment zijn de effecten geformuleerd op basis van de uitkomsten van de leefbaarheidsmonitor, interviews in de wijken en de bewonersavond waar mensen met stemkastjes konden stemmen. Hieruit rolden drie gewenste effecten: het algemeen gevoel van veiligheid neemt toe, bewoners nemen zelf het initiatief om hun leefomgeving te verbeteren en er is een goed perspectief voor jongeren in de wijk.
- Vaststellen van het beschikbare budget voor investeringen. In het SEV-experiment zorgen de corporatie en de gemeente samen voor een aanzienlijk budget van 1,6 miljoen euro.
- Samenstellen van de jury: wie beoordeelt de verschillende investeringsopties? Zijn dit mensen van buiten, met een objectieve kijk, of juist mensen van binnen, die betrokken zijn bij het vraagstuk? In het SEV-experiment gaat het om een breed samengestelde jury met betrokken partijen en bewoners. Het belang van de corporatie en gemeente weegt daarbij hetzelfde als bijvoorbeeld dat van de opbouwwerker en bewoner (SEV, 2007).

2. Investeringsopties uitwerken

- Inventariseren van de plannen: wie heeft goede initiatieven of ideeën voor investeringen die kunnen bijdragen aan de gewenste effecten? In het SEV-experiment werden circa 120 voorstellen ingediend. In een voorselectie bekeek de jury in hoeverre de voorstellen niet tot de reguliere werkzaamheden van corporatie en gemeente behoren.
- Uitwerken van de plannen door de indieners in termen van input, output, veranderingstheorie en maatschappelijke effecten (outcome). Resultaat is een helder en beknopt projectplan waaruit het maatschappelijk rendement duidelijk spreekt. Soms is hierbij professionele begeleiding nodig om tot een sprekend investeringsvoorstel te komen (SEV, 2007).

3. Rangschikken investeringsopties

- Indieners presenteren hun plan aan de jury.
- Op basis van het projectplan en de presentatie maken de juryleden een eerste rangschikking op volgorde van verwacht maatschappelijk rendement: welk plan biedt de beste garantie op een hoog maatschappelijk rendement, in het licht van de gestelde doelstellingen en gewenste effecten?

- De jury bespreekt de grootste onderlinge verschillen: waarom beoordeelt het ene jurylid een plan positief en het andere negatief? De indieners van het betreffende plan krijgen de gelegenheid een toelichting te geven. Dit element is in het proces een van de meest leerzame.
- De juryleden rangschikken ieder voor zich de investeringsopties opnieuw, waarna de plannen die binnen het beschikbare budget passen, worden geselecteerd en voor uitvoering worden voorgedragen (SEV, 2007).

4. Afronding

- Bekendmaking van de investeringsopties die worden uitgevoerd en die zijn afgevallen.
- Het toezien op de daadwerkelijke uitvoering en monitoring van de effecten (SEV, 2007).

Bijlage 4: Verhalen

De methode Verhalen heeft drie 'hoofdstukken':

- *luisteren*: optekenen van persoonlijke ervaringen van betrokkenen (anekdotes, verhalen, quotes en gedachten);
- *het verhaal maken*: uit de opgetekende kleinere verhalen een groter, samenhangend verhaal maken;
- *het verhaal vertellen*: het verpakken van het verhaal in een vorm die past bij doel en doelgroep.

In het laatste hoofdstuk vindt de ontknoping plaats: bevestigt, herkent en onderschrijft 'de maatschappij' het – door enkelingen uit die maatschappij – geschetste verhaal? (SEV, 2007)

De aanpak heeft twee beginstappen:

1. De start: het verhelderende van de rendementsvraag.

Wat is precies de investering? Waarom moet het maatschappelijk rendement inzichtelijk worden gemaakt? Aan wie wordt het verhaal verteld? (SEV, 2007)

2. Welke effecten gaan we inventariseren en welke veranderingstheorie ligt daaraan ten grondslag?

Dit gebeurt met behulp van de effectenkaart en vormt de inhoudelijke basis om de gesprekken aan te gaan. De kaart kan naar aanleiding van de gesprekken overigens worden bijgewerkt of verder aangescherpt (SEV, 2007).

Na dit begin kan men daadwerkelijk aan de slag met 'storytelling'. De achtereenvolgende stappen zijn hieronder behandeld.

3. Gesprekken met de uitvoerders: degenen die direct zijn betrokken bij de activiteiten

Het gaat hierbij zowel om het hoe (de activiteiten) als om de gerealiseerde output (het tastbare resultaat). Zo mogelijk wordt daarbij ook aandacht geschonken aan de veranderingstheorie en de effecten. Stel in deze stap vragen over de geschikte persoon om het verhaal te vertellen, aanpak, gebruikte middelen, samenwerking cq netwerken, etc. De vorm van de gesprekken kan variëren, maar leg in ieder geval altijd de nadruk op de eigen ervaring van betrokkenen. Dat kan in de vorm van een interview of een dialooggesprek. Daarnaast kunnen verhalen ook worden 'verzameld' in de vorm van beelden of foto's van de betrokkenen, van de buurt, van actie in de buurt. Bij deze stap komt het aan op het selecteren van geschikte gesprekspartners en het goed registreren en uitwerken van de anekdotes (SEV, 2007).

4. Gesprekken met belanghouders

Vertegenwoordigers van de verschillende belanghouders worden geïnterviewd over de ervaren effecten (outcome) en over hoe die voortvloeien uit de activiteiten (veranderingstheorie).

Men zoekt dus naar bewijzen dat het werkt (of niet). Ook bij deze stap is het essentieel de juiste gesprekspartners te selecteren en de anekdotes goed te registreren en uit te werken (SEV, 2007).

5. Vaststellen van de inhoudelijke bouwstenen van het verhaal

Er is:

- een opgave, een probleem, iets gaat niet goed;
- een aanpak, een manier om het op te lossen (activiteiten met output);
- een resultaat, een verbeterde situatie waarin de positieve en negatieve maatschappelijke effecten zichtbaar zijn.

Bij de inhoudelijke invulling van deze drie bouwstenen is het zaak om de volgende vragen te stellen:

- klopt het totaalbeeld dat ontstaat vanuit de anekdotes met de effectenkaart? Waarom is er eventueel een verschil? Wat zijn de hoofdboodschappen? Wat verdient aandacht?
- welke anekdotes passen bij deze boodschappen en bij de gekozen vorm?
- komen alle bouwstenen van maatschappelijk rendement uit de verf (input, output, maatschappelijke effecten en veranderingstheorie)? (SEV, 2007)

6. Kiezen van de vertelvorm

Afhankelijk van de boodschap en de doelgroep wordt een vorm gekozen voor het verhaal, bijvoorbeeld film, reizende tentoonstelling, beeldverhaal/ powerpointpresentatie met foto's en quotes, kort verhaal, brochure, poster, stripverhaal/cartoons, eigen internetpagina, theater, kunstproject, vertelsessies, kleurboek voor kinderen, dvd, excursies, kalender of soapserie regionale omroep. Afhankelijk van de vorm moet eventueel nieuw (beeld)materiaal worden verzameld (SEV, 2007).

7. Vertellen!

Nadenken op welke plekken en momenten het verhaal 'verteld' kan worden (SEV, 2007).