

KALEIDOS  
RESEARCH

# EVALUATIE VAN EFFECTEN CHANGEMAKER INITIATIEVEN OP INDIRECTE DOELGROEP

Marije van Gent  
Amsterdam, 1 juni 2015

# INHOUDSOPGAVE

<b>1. INLEIDING</b>	<b>3</b>
1.1. Achtergrond	3
1.2. Programma Changemaker Nederland	3
1.3. Onderzoeksvragen	4
1.4. Methoden van onderzoek	4
1.5. Leeswijzer	5
<b>2. UMWANA WIMANA</b>	<b>6</b>
2.1. De activiteit en doelstelling	6
2.2. Methode van onderzoek	6
2.3. Bereik	7
2.4. Uitkomsten	7
2.5. Verandering volgens deelnemers	9
2.6. Onbedoelde effecten	10
2.7. Conclusie	10
<b>3. KWALITEITENPROJECT</b>	<b>11</b>
3.1. De activiteit en doelstelling	11
3.2. Methode van onderzoek	12
3.3. Bereik	12
3.4. Uitkomsten	12
3.5. Conclusie	17
<b>4. PROJECT UPENDO</b>	<b>19</b>
4.1. De activiteit en doelstelling	19
4.2. Methode van onderzoek	19
4.3. Bereik	20
4.4. Uitkomsten	20
4.5. Verandering volgens deelnemers	23
4.6. Onbedoelde effecten	23
4.7. Conclusie	23
<b>5. EERDERE CHANGEMAKERPROJECTEN</b>	<b>25</b>
5.1. Inleiding	25
5.2. Onderzoeksmethode	25
5.3. Uitkomsten	26
5.4. Conclusie	30
<b>6. SAMENVATTING EN CONCLUSIES</b>	<b>31</b>
<b>LITERATUUR</b>	<b>34</b>
<b>BIJLAGE 1 PROJECT UMWANA WIMANA</b>	<b>35</b>
<b>BIJLAGE 2 KWALITEITENPROJECT</b>	<b>36</b>

# 1. INLEIDING

## 1.1. Achtergrond

Edukans, ICCO/Together en World Servants organiseren internationale projectreizen voor jongeren. Aan deelnemers bieden zij daarna de mogelijkheid van een vervolgtraject waarin jongeren een eigen initiatief kunnen starten in de Nederlandse samenleving. Dit traineeship is onderdeel van het programma Changemaker Nederland, dat wordt gesubsidieerd via de Subsidiefaciliteit Burgerschap en Ontwikkelingssamenwerking (SBOS). De protestants-christelijke ontwikkelingsorganisaties willen op die manier meer 'lokaal rendement' uit deze *global experience* van jongeren te halen, zowel voor oud-reizigers zelf als voor de Nederlandse samenleving. Het doel van het Changemaker programma is om in Nederland via het traineeship een duurzame beweging van actieve wereldburgers te creëren.

De effecten van deelname aan dit traineeship op de deelnemende jongeren worden gedurende het gehele programma geëvalueerd. Wat de effecten van de kleinschalige initiatieven van jongeren zijn op hun sociale omgeving, die deelneemt aan deze activiteiten, is tot op heden onvoldoende systematisch in kaart gebracht. De subsidieverstrekker SBOS heeft aan Together, de penvoerder van het programma Changemaker, aangegeven dat het belangrijk is hier meer zicht op te krijgen voor afronding van het programma. Het doel van dit evaluatieonderzoek is dan ook om goed te kunnen verantwoorden wat de effecten zijn van de jongereninitiatieven op de indirecte doelgroep, de sociale omgeving. Together heeft aan Kaleidos Research gevraagd dit via een evaluatieonderzoek inzichtelijk te maken.

## 1.2. Programma Changemaker Nederland

Het door SBOS gefinancierde Changemaker programma biedt verschillende activiteiten aan jongeren in de achterban van Edukans, Together en World Servants. Elk jaar wordt een Changemaker festival georganiseerd. Jongeren die via één van de drie organisaties hebben deelgenomen aan een reis worden via een interactief programma uitgedaagd ervaringen uit te wisselen en te onderzoeken welke vervolgstap bij hun past én zich daaraan te committeren. Ook deelnemers van eerdere jaren of andere geïnteresseerden konden deelnemen aan dit festival. Daarnaast onderhoudt Together een online Changemaker Community. Via een website en sociale media worden nieuws, activiteiten en concrete handelingsperspectieven op het vlak van mondiaal burgerschap gedeeld en worden netwerkliden onderling verbonden. Tot slot wordt een traineeship georganiseerd waarin oud-reizigers met professionele training en coaching ondersteund worden bij het opstarten van een eigen initiatief in de Nederlandse samenleving. Deze laatste activiteit staat centraal in dit evaluatieonderzoek<sup>1</sup>.

Oorspronkelijke waren drie traineeshiptrajecten met 300 deelnemende jongeren gepland. Deze aantallen zijn – om verschillende redenen – niet gehaald. In totaal zijn er nu 72 trainees getraind<sup>2</sup>. De jongeren vormen tijdens het traineeship kleine projectgroepen waarin zij een bestaand projectformat volgen en uitvoeren, zoals het geven van gastlessen op scholen, of een eigen initiatief starten. Veel jongeren kiezen voor dit laatste samen met andere deelnemers. In het traineeship van vier maanden worden jongeren begeleid bij het uitvoeren van het project van hun keuze. In oktober 2014 is de

---

<sup>1</sup> De indirecte doelgroep van het Changemaker programma is groter dan de groep deelnemers die aan een initiatief van trainees hebben deelgenomen. Ook de deelnemers van het Changemaker festival, de online Changemaker community en de 'BeTheChange event' hebben een sociale omgeving waar zij hun ervaringen met het Changemaker programma mogelijk delen. Met deze indirecte doelgroepen zijn binnen het programma echter geen activiteiten georganiseerd. Om die reden zijn deze indirecte doelgroepen buiten beschouwing gelaten in dit onderzoek.

<sup>2</sup> Naast het reguliere traineeship wordt ook een eendaagse verkorte variant aangeboden: 'Be the Change event'. In de afgelopen 3 jaar zijn hier 115 jongeren mee bereikt. Deze jongeren starten overigens geen project in de eigen omgeving.

laatste traineeship gestart met 11 deelnemers die in drie projectgroepen verder werken aan hun initiatief. Het gaat om het project Umwana Wimana waarbij middels presentaties in kerkdiensten geld wordt ingezameld voor meisjes in Rwanda, de kookactie Upendo en een les voor basisschoolleerlingen rondom kernkwaliteiten, kinderrechten en wereldburgerschap. In deze evaluatie zullen deze drie projecten – en de uitwerking op mensen die met deze initiatieven in aanraking komen – onderzocht worden.

Daarnaast is in dit onderzoek ook aandacht besteed aan het Changemaker traineeship van voorgaande jaren. Dit kon niet systematisch met een nul- en nameting of een nameting met een controlegroep onderzocht worden, omdat de activiteiten al enige tijd geleden hebben plaatsgevonden. Deelnemers aan drie projecten van trainees uit 2013 zijn via een korte open vragenlijst ondervraagd over hun ervaringen. Op deze wijze is, op basis van meer kwalitatieve data, iets meer inzicht verkregen in de effecten op de indirecte doelgroep van de eerdere traineeships.

### 1.3. Onderzoeksvragen

De drie projecten die onderzocht worden, namelijk de activiteiten die door de trainees zijn georganiseerd als onderdeel van hun traineeship, zijn heel divers van aard zowel qua doelstelling, activiteit als de doelgroep. Om die reden is het niet mogelijk een overkoepelende onderzoeksvraag voor alle drie de projecten te formuleren. De gewenste verandering bij de doelgroep is immers bij alle drie de projecten verschillend. Wel beogen alle drie de projecten iets van een verandering teweeg te brengen bij de deelnemers aan de activiteit. De hieronder geformuleerde onderzoeksvragen zijn daarom vrij globaal geformuleerd, er is geen richting aangegeven hoe en op welk vlak deelnemers behoren te veranderen. Voor elk project is een afzonderlijk evaluatieonderzoek opgezet, waarin de onderzoeksvraag ook nader gespecificeerd is. In de afzonderlijke hoofdstukken is daarover meer te vinden. De volgende globale onderzoeksvragen zijn geformuleerd, die per project vervolgens meer specifiek zijn ingevuld:

1. In hoeverre veranderen deelnemers door participatie aan een door een Changemaker trainee georganiseerde activiteit?
2. Hoe zien die veranderingen eruit?
3. Treden er naast de gewenste effecten, nog onbedoelde effecten op bij deelnemers door deelname aan de activiteit?

In de onderzoeksvragen, maar ook verder in het rapport wordt het woord 'deelnemers' gebruikt om die mensen aan te duiden die deelnemen aan een activiteit die door Changemaker trainees is georganiseerd. De jongeren die deelnemen aan het changemaker programma zelf worden trainees genoemd, niet deelnemers.

### 1.4. Methodes van onderzoek

De drie projecten die in dit evaluatieonderzoek centraal staan, zijn heel verschillend zowel wat activiteit als doelgroep betreft. Om die reden is er per project een onderzoeksdesign ontworpen samen met het betrokken projectteam. De projecten worden in aparte hoofdstukken besproken, waarbij de onderzoeksverantwoording ook per project in de betreffende hoofdstukken nader is uitgewerkt. Voor zover mogelijk is voor een *mixed method* aanpak gekozen, waarbij zowel kwantitatieve als kwalitatieve methodes zijn ingezet. Bij twee van de drie projecten is een Most Significant Change open vraag in de vragenlijst opgenomen, waarbij deelnemers werd gevraagd wat bij hen de belangrijkste verandering was door deelname aan de activiteit<sup>3</sup>. Een belangrijk kenmerk van de methodiek van Most Significant

---

<sup>3</sup> In de Most Significant Change methodiek staan veranderingsverhalen centraal. Deelnemers aan een interventie vertellen zelf hoe zij zijn veranderd. De beoordeling van al deze verhalen, welke het meest significant is, wordt op een participatieve manier gedaan met deelnemers of met het team dat de interventie uitvoert. De methodiek is ontwikkeld door Rick Davies.

Change is dat de data onder andere geduid wordt door de betrokkenen zelf. Aan de teams is dan ook gevraagd wat volgens hen het 'meest significante' verhaal is, namelijk het verhaal dat het meest aansluit bij de doelstellingen van het project.

---

### Het onderzoeksproces

Als onderdeel van het traineeship kreeg elk team de opdracht mee het eigen project te evalueren. Op het moment dat de onderzoeker betrokken werd bij deze evaluatie, waren de projectteams zelf al bezig met het opzetten van de evaluatie. In deze evaluatie was de onderzoeker geen onafhankelijke buitenstaander die van buitenaf de projecten zelfstandig onderzocht. De onderzoeker kreeg de taak de projectteams te begeleiden in hun zoektocht hoe ze het project konden evalueren en hen zo ook iets te leren over monitoring en evaluatie. De evaluatie is zo een gezamenlijk proces geworden van projectteams en onderzoeker. Voor de onderzoeker was het af en toe zoeken om de balans te houden tussen het in kaart brengen van de effecten en de doelstelling om trainees iets te leren over evaluatieonderzoek.

Elk team kreeg de opdracht een onderzoeksplan te schrijven en na te denken over het onderzoeksinstrument. De onderzoeker adviseerde en coachte de teams. Zo gaf de onderzoeker voorbeeldvragenlijsten mee of deed voorstellen voor het onderzoeksinstrument. Een

struikelblok voor alle drie de teams was dat voor hen lastig bleek om goed helder te krijgen wat ze precies wilden veranderen bij de doelgroep. Zo had het projectteam Umwana Wimana als doelstelling om geld in te zamelen, maar was er nog niet echt nagedacht over hoe toehoorders zouden veranderen door de presentaties. Dit maakte het bij het ontwerpen van het meetinstrument lastig om te bepalen wat er nu precies uitgevraagd moest worden. De onderzoeker heeft bij alle projectteams hier kritische vragen over gesteld.

De onderzoeker heeft vooral rondom het onderzoeksdesign en de meetinstrumenten een bepalende stem gehad, maar moest in de vormgeving van de evaluaties altijd wel rekening houden met de wensen van het team. De dataverzameling is door de teams uitgevoerd waarbij de onderzoeker als coach heeft gefungeerd. De analyses en rapportage zijn volledig door de onderzoeker zelf uitgevoerd. Elk team heeft daarnaast met input van de data een eigen eindverslag geschreven.

Naast deze drie *realtime* evaluatieonderzoeken bij de drie projecten is, zoals in paragraaf 1.2 is aangegeven, ook een aanvullend onderzoek uitgevoerd naar drie eerdere projecten van Changemaker trainees uit 2013. Onder (een deel van de) deelnemers die aan zo'n project hebben meegedaan is een korte vragenlijst uitgezet. De vragenlijst is voor de drie projecten zoveel mogelijk vergelijkbaar gemaakt en bevatte veel open vragen, om zo zicht te krijgen op de verandering bij deelnemers. Een belangrijk aspect van deze vragenlijst was een Most Significant Change vraag, waarin deelnemers werd gevraagd wat bij hen de belangrijkste verandering was door deelname aan de activiteit. De insteek was om per activiteit een respons van 10 deelnemers te krijgen, dit is voor twee projecten wel gelukt (12 deelnemers die de vragenlijst hebben ingevuld) en voor de derde niet (5 deelnemers die de vragenlijst hebben ingevuld). Naast de respons op deze vragenlijsten zijn bij zeven deelnemers nog aanvullende korte telefonische interviews gehouden om de verhalen nog iets beter te kunnen duiden.

### 1.5. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 worden de resultaten van het evaluatieonderzoek bij het project Umwana Wimana gepresenteerd. In hoofdstuk 3 staan de uitkomsten van het evaluatieonderzoek van de kookactie Upendo centraal. Hoofdstuk 4 gaat in op wat de effecten zijn van een les over kernkwaliteiten, wereldburgerschap en kinderrechten op basisschoolleerlingen. In hoofdstuk 5 worden de resultaten van het aanvullende onderzoek bij eerdere Changemakerprojecten gepresenteerd. Het rapport wordt afgesloten met een samenvatting en conclusies in hoofdstuk 6.

## 2. UMWANA WIMANA

### 2.1. De activiteit en doelstelling

Het team Umwana Wimana bestaat uit drie twintigers die in 2014 met Together naar Rwanda zijn gereisd om de Kerk in Actie partnerorganisatie Mwana Ukundwa te bezoeken. Dit is een Rwandese stichting die kwetsbare Rwandese kinderen ondersteunt, onder andere door in scholing te investeren. Na hun terugkomst in Nederland hebben deze drie trainees via het Changemaker traject een team gevormd om samen een activiteit in Nederland uit te voeren. Het team geeft presentaties en workshops bij kerken en groepen, zoals studentenverenigingen, om daarmee geld op te halen om meisjes in Rwanda naar school te laten gaan. De ervaringen die zij in hun reis hebben opgedaan staan centraal in de overdracht. Ieder lid vertelt op z'n eigen manier iets over de ervaringen en ontmoetingen en de motivatie van het team om deze stichting te willen ondersteunen. Dit gebeurde in de vorm van een presentatie met foto's, door een persoonlijk verhaal of met het zingen van liedjes. Zowel de inhoud als de duur van de presentaties was verschillend, soms ging het om een praatje van 10 minuten, soms om een hele avond.

Het team heeft tot doel om 1.200 euro in te zamelen, om zo vijftien meisjes in Rwanda de mogelijkheid te geven naar school te gaan. Eén van de teamleden heeft een CD gemaakt met liedjes die gebaseerd zijn op haar ervaringen en impressies in Rwanda. De opbrengst hiervan is eveneens bestemd voor de vijftien meisjes. De teamleden hadden in eerste instantie niet direct een doelstelling om de toehoorders van hun praatjes te veranderen. Na met elkaar hierover doorgesproken te hebben, blijkt dat teamleden zelf de verwachting hebben dat door hun presentaties de toehoorders meer verbondenheid zullen ervaren met mensen in Afrika, dat ze overtuigd raken van het nut van ontwikkelingssamenwerking en onderwijsprojecten zoals de stichting Mwana Ukundwa en dat ze iets van kennis opdoen over het leven in Rwanda. Vanwege de beperktheid van de interventie is het niet reëel een gedragsverandering bij de toehoorders te verwachten.

De onderzoeksvraag bij dit project is dan ook of toehoorders veranderd zijn door de presentaties van het team Umwana Wimana. Het gaat daarbij voornamelijk om een houdingsverandering ten aanzien van ontwikkelingssamenwerking, verbondenheid met of compassie voor mensen in Afrika. Daarnaast is verandering op het vlak van kennis over de situatie van Rwanda als indicator meegenomen.

### 2.2. Methode van onderzoek

Tijdens de kerkdiensten en andere bijeenkomsten is een deel van de bezoekers gevraagd een enquête vooraf in te vullen en een ander deel dezelfde vragenlijst na afloop van de bijeenkomst. Er is gekozen voor een zeer korte vragenlijst, omdat deze wordt afgenomen in een kerkdienst of christelijke bijeenkomst waar het niet gebruikelijk is om dit te doen. Kerkleden zouden misschien aanstoot nemen als dit veel ruimte in beslag nam. De onderzoeker en dit team hebben samen zes stellingen opgesteld die met elkaar een indicatie geven van een ervaren gevoel van verbondenheid, overtuiging van nut van ontwikkelingssamenwerking(sprojecten) en zelf ingeschatte kennis van Rwanda. In de nameting is een open vraag toegevoegd over wat deze presentatie heeft veranderd bij de luisteraar. Er is voor gekozen niet dezelfde mensen tweemaal een vragenlijst in te vullen. De interventie is kortdurend en twee keer invullen zou een vragenlijsteffect kunnen oproepen<sup>4</sup>. Door de vragenlijsten gerandomiseerd

---

<sup>4</sup> Een vragenlijsteffect houdt in dat de respondent bij het beantwoorden van een tweede meting mogelijk bewust of onbewust beïnvloed wordt door de antwoorden die hij/zij op de eerdere meting reeds gaf.

uit te delen (de ene helft van de zaal ontvangt de nulmeting, de andere helft van de zaal de nameting) gaan we ervan uit dat beide groepen qua achtergrondkenmerken niet sterk van elkaar verschillen. Het gaat in dit deelonderzoek om een beperkte interventie (meestal korte presentaties) en ook de meetinstrument van zes vragen is minimaal. Om die reden zal het in kaart brengen van effecten niet heel diepgaand zijn.

De teamleden hebben bij een aantal bijeenkomsten papieren vragenlijsten random verspreid en ingenomen en deze naderhand digitaal ingevoerd. In totaal hebben bij de nulmeting 104 respondenten de vragenlijst ingevuld en de nameting is door 116 respondenten ingevuld.

### 2.3. Bereik

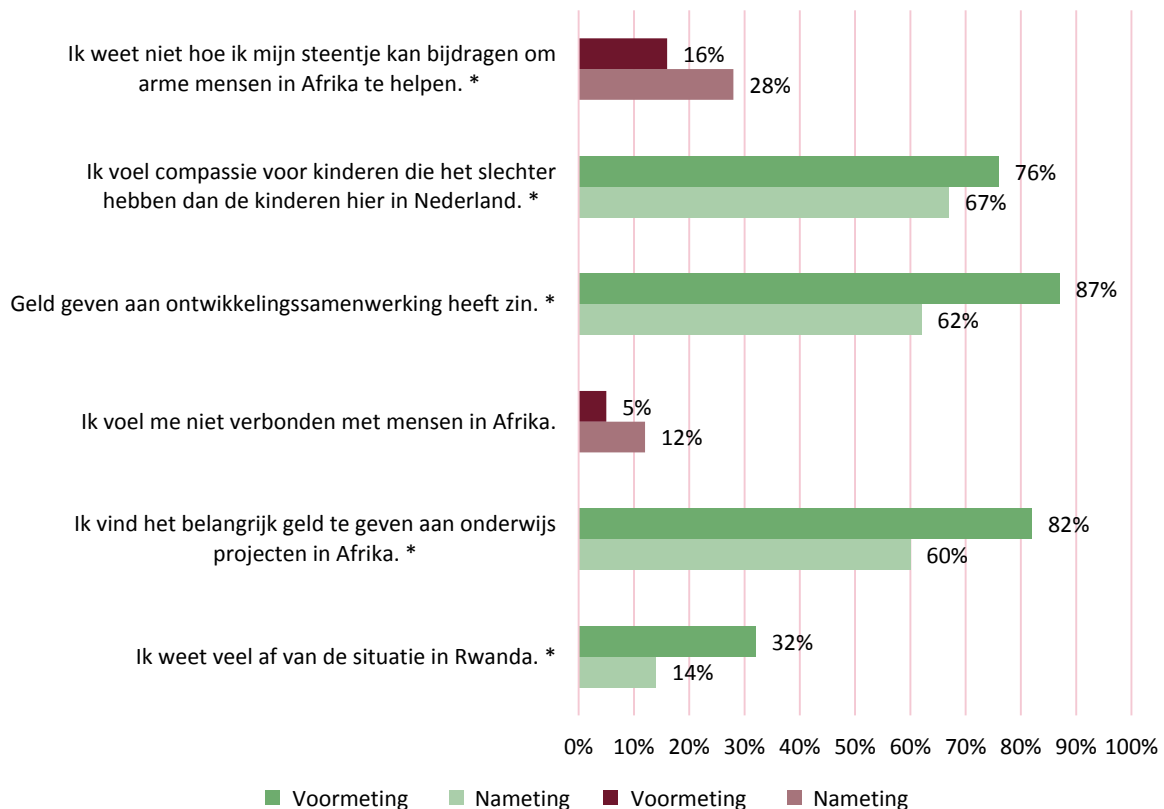
Dit team heeft in totaal 2145 personen bereikt (zie bijlage 1). De intensiteit van de presentaties was wisselend, soms ging het om een uitgebreide discussieavond, soms alleen om een oproep voor collectegeld. Het team heeft de gewenste doelstelling van het inzamelen van €1.200 ruimschoots bereikt. In totaal is €2.569,85 ingezameld via collectegelden (€979,85) donaties (€75) en de verkoop van de CD (€1.515). Het was niet mogelijk om de opgehaalde collectegelden te vergelijken met het gemiddelde collectegeld dat normaliter werd verzameld tijdens kerkdiensten. Het is daardoor niet mogelijk om te achterhalen of kerkgangers meer geraakt werden door deze presentatie en daardoor guller gaven dan gemiddeld (zoals oorspronkelijk het plan was).

### 2.4. Uitkomsten

In figuur 2.1 zijn de uitkomsten van de nul- en nameting gepresenteerd<sup>5</sup>. Stellingen met rode balken zijn negatief geformuleerde vragen, de stellingen gepresenteerd met groene balken zijn positief geformuleerde stellingen. Voor alle zes de stellingen zien we een verandering in de 'goede' richting: bij de positief geformuleerde stellingen is er een **toename** te zien in de mate waarin men het (helemaal) eens is en bij de negatief geformuleerde stellingen is juist een **afname** te zien in de mate waarin men het (helemaal) eens is. Zo is in de nulmeting 62 procent van de respondenten het eens met de stelling dat ontwikkelingssamenwerking zin heeft, in de nameting is dit 87 procent. En weet in de nulmeting 28 procent niet hoe hij zijn steentje kan bijdragen om arme mensen te helpen, in de nameting is 16 procent het (helemaal) eens met deze stelling is.

---

<sup>5</sup> Bij de stellingen kon ook de antwoordcategorie 'weet niet' aangekruist worden. Van deze categorie is weinig gebruikt gemaakt (tussen 1 en 11 keer). Deze antwoordcategorie is bij de analyses buiten beschouwing gelaten.



**Figuur 2.1** Stellingen voor- en nameting (% (helemaal) mee eens), nulmeting n = 104, nameting n = 116

Om te bepalen of de verschillen die zijn gevonden significant zijn en niet op toeval berusten, zijn statistische testen uitgevoerd<sup>6</sup>. Uit de analyses blijkt dat bij vijf van de zes stellingen de nameting significant afwijkt van de nulmeting. Alleen bij de stelling 'Ik voel me niet verbonden met mensen in Afrika' zijn de verschillen tussen nul- en nameting niet significant.

We kunnen concluderen dat het team Umwana Wimana met de presentaties geslaagd is om toehoorders te veranderen qua houding en kennis. Na afloop zijn de toehoorders positiever over het nut van ontwikkelingssamenwerking en hebben ze meer compassie voor kinderen in moeilijke situaties. Ook is hun ingeschatte kennis over de situatie in Rwanda toegenomen en weten ze vaker wat ze zelf kunnen doen. In de nameting geven toehoorders vaker aan:

- Dat ze compassie hebben voor kinderen die het slechter hebben dan de kinderen in Nederland
- Dat geld geven aan ontwikkelingssamenwerking zin heeft
- Dat ze het belangrijk vinden te geven aan onderwijsprojecten in Afrika
- Dat ze veel afweten van de situatie in Rwanda

En in de nameting geven respondenten minder vaak aan:

- Niet te weten hoe ze hun steentje kunnen bijdragen om arme mensen in Afrika te helpen.

<sup>6</sup> In de analyses is gebruikt gemaakt van een unpaired t-toets om gemiddelden met elkaar te vergelijken. De antwoord categorieën van de stellingen variëren van een schaal van 0 tot 4. Per stelling is het gemiddelde berekend voor de nul- en nameting en met de t-toets wordt getest of de gevonden verschillen op toeval berusten of niet.



## 2.5. Verandering volgens deelnemers

In de nameting is aan de toehoorders ook gevraagd of zij zelf vinden dat ze veranderd zijn door de presentatie over Rwandamiddels de open vraag: *In deze kerkdienst is verteld over het leven in Rwanda. Hoe vond u/je het om dit verhaal te horen en wat is er bij u of jou zelf veranderd door het luisteren hiernaar?* Van de 116 respondenten in de nameting hebben 77 personen hier wat opgeschreven. De open antwoorden blijken na analyse een aantal thema's te beslaan (zie tabel 2.1). Toehoorders noemen het vaakst dat de persoonlijke benadering in de presentaties ervoor zorgt dat de presentaties impact hebben. Mensen worden hierdoor geraakt en dat zorgt ervoor dat ze zich meer betrokken voelen. Het is anders dan het lezen van een nieuwsartikel, zo zegt een toehoorder. Daarnaast worden Rwanda en het thema vergeving/liefde relatief veel genoemd (15 en 14 keer). De presentaties hebben mensen ook geprikkeld rondom het thema ontwikkelingshulp of doneren (12 keer genoemd). Ook zorgen de presentaties voor reflectie op het eigen leven, hoe goed we het in Nederland eigenlijk hebben (8x genoemd). Een aantal mensen vindt dat ze het ze tot nadenken heeft gezet, zonder verder specifiek aan te geven waarover dan. Vijf mensen geven expliciet aan niet te zijn veranderd, met als belangrijkste reden dat ze al op die manier over dingen dachten of al veel over Rwanda wisten. Ze zien het verhaal dan vooral als bevestiging van hun eigen ideeën of denkbeelden. Het is overigens ook mogelijk dat de 38 personen die deze vraag niet hebben ingevuld, niet vonden dat ze waren veranderd en om die reden de vraag niet hebben ingevuld.

Tabel 2.1 Analyse open antwoorden met voorbeeldcitaten

Thema	Aantal x genoemd	Voorbeeldcitaat
Persoonlijke benadering	18 x	'Heel interessant en recht uit het hart, het doet meer en zet je meer aan het denken dan een (standaard) voorgelezen, algemeen verhaal. Het komt meer binnen'.
Rwanda	15 x	'Aangrijpend. Heb meer geleerd over de geschiedenis en genocide in Rwanda en over de samenleving nu'.
Vergeving/liefde	14 x	'Het is een hoopgevend verhaal: vergeven doet (opnieuw) leven. Ik ben bevestigd in mijn hoop en vertrouwen dat mensen (incl. ikzelf) dat mensen kunnen veranderen'.
Ontwikkelingshulp/doneren	12 x	'Het is me allemaal wel duidelijker geworden dat geld geven toch wel zin heeft'.
Reflectie eigen bestaan	8 x	'Mooi verhaal en bijzonder om te horen wat je allemaal hebt meegemaakt en hoe het leven daar is. Na het horen van je verhaal ben ik meer bewust met wat ik allemaal heb en hoe goed wij het hebben ten opzichte van de mensen in Rwanda'.
Tot nadenken gezet	7 x	'Een prachtig maar vooral inspirerend verhaal, zet je zeker aan het denken'.
Geen verandering	5 x	'Er is in principe in mijn denken niets veranderd, want ik ben zeker politiek, sociaal en religieus (Chr.) zeer betrokken bij de wereld en gerechtigheid. Marieke heeft wel een bijzondere manier door haar sensibele en kunstenaarsziel om situaties dichterbij te brengen. Ik ben zeer door haar persoonlijk gedicht en zang geraakt'.

Het team heeft als onderdeel van de Most Significant Change methodiek alle antwoorden doorgelezen en gekozen welk antwoord het best verwoordt wat ze wilden bereiken bij hun toehoorders<sup>7</sup>. Het volgende verhaal is geselecteerd door het team: *'Het was een ontroerend verhaal met een duidelijke boodschap. De wijze van presenteren gaf een gevoel van verbondenheid. Het heeft mij bewust gemaakt van de situatie in Rwanda en geeft mij het gevoel een bijdrage te moeten leveren om de mensen daar te helpen met hun ontwikkeling'*. De motivatie om deze reactie te kiezen is omdat het de kern raakte die het team hoopte te bereiken, namelijk mensen bewegen, zowel letterlijk als figuurlijk. Het team hoopte dat hun reisverhalen mensen zou raken en zich met elkaar verbonden doen voelen.

<sup>7</sup> Deze methodiek is geïnspireerd op de Most Significant Change methode.

En dat van daaruit ook de behoefte zou ontstaan/groeien om de handen uit de mouwen te steken en een steentje bij te dragen aan een mooiere, liefdevollere samenleving.

## **2.6. Onbedoelde effecten**

Uit het evaluatieverslag van het team zelf blijkt dat het team verrast is hoe goed hun project is verlopen. De verkoop van Cd's liep veel beter dan vooraf gedacht en ook bleken er veel meer mogelijkheden te zijn om presentaties te houden. Oorspronkelijk had het team maar één bijeenkomst per persoon gepland. De uitvoering van het project was daarmee boven verwachting. Uit de open vraag en het eindverslag van het team zelf blijkt echter niet direct dat deelnemers een heel andere verandering hebben meegemaakt dan vooraf door het team bedacht. Er lijken dus geen onbedoelde effecten op te treden bij de doelgroep.

## **2.7. Conclusie**

Het team Umwana Wimana heeft presentaties en workshops bij kerken en groepen gegeven, zoals studentenverenigingen, om daarmee geld op te halen om meisjes in Rwanda naar school te laten gaan. De ervaringen die zij in hun reis hebben opgedaan staan centraal in de overdracht. Het team heeft met 15 bijeenkomsten in totaal 2.145 personen bereikt en €2569,85 ingezameld. Het team verwacht dat toehoorders door de presentatie van houding verandering ten aanzien van ontwikkelingssamenwerking, verbondenheid met of compassie voor mensen in Afrika. Ook zullen ze kennis opdoen over de situatie in Rwanda. Om na te gaan of toehoorders inderdaad zijn veranderd is er een nul- en nameting uitgezet onder toehoorders van de presentatie.

We kunnen concluderen dat het team Umwana Wimana met de presentaties geslaagd is om toehoorders te veranderen qua houding en kennis. Na afloop zijn de toehoorders positiever over het nut van ontwikkelingssamenwerking en hebben ze meer compassie voor kinderen in moeilijke situaties. Ook is hun ingeschatte kennis over de situatie in Rwanda toegenomen en weten ze vaker wat ze zelf kunnen doen.

Uit de analyse van de open antwoorden blijkt dat toehoorders vooral onder de indruk zijn van het persoonlijke karakter van de presentaties van het team. Dit zorgt er volgens hen voor dat zij meer geraakt worden door het verhaal. Als gevraagd wordt naar de belangrijkste verandering bij hen naar aanleiding van de presentaties geven toehoorders vooral aan meer af te weten van de situatie in Rwanda en dat ze geïnspireerd zijn geraakt rondom het thema vergeving/liefde.

## 3. KWALITEITENPROJECT

### 3.1. De activiteit en doelstelling

Het team dat het kwaliteitenproject heeft uitgevoerd, bestaat uit vier personen en heeft een les ontwikkeld voor basisschoolleerlingen. Het team bood een les van circa twee uur aan voor leerlingen uit de bovenbouw (groep 6, 7 of 8). Scholen werden geworven via het netwerk van de teamleden. De les is gebaseerd op de kernreflectiebenadering<sup>8</sup>. Samen met leerlingen worden oefeningen gedaan waardoor ze gestimuleerd en uitgedaagd worden hun kernkwaliteiten te ontdekken en benoemen. Door kinderen te laten ontdekken wat hun kernkwaliteiten zijn en door ze te laten ervaren hoe het is om die kwaliteiten in te zetten voor een betere wereld, wil het team een duurzame basis van creëren waaruit veranderingen op kleine schaal worden geïnitieerd: een betere wereld begint bij jezelf.

Na afloop van de les kregen de leerlingen een relatief open opdracht mee om in de daaropvolgende weken de kwaliteiten die ze ontdekt hebben actief in te zetten voor een betere wereld. Als inspiratiebron kregen de leerlingen enkele oefeningen en concreet materiaal mee. Daarnaast konden zij via een website ([jouwkwaliteiten.nl](http://jouwkwaliteiten.nl)) hun activiteiten delen met andere leerlingen, leraren en familie. Na een aantal weken bracht het team een tweede bezoek aan de scholen om de activiteiten en resultaten met de leerlingen te bespreken en evalueren.

In de les werd wereldburgerschap niet als een apart thema gepresenteerd, ook werden geen activiteiten gedaan die aan dit thema verbonden waren. Wereldburgerschap was meer een rode lijn in de les, dat elke keer impliciet aan de orde kwam. Zo werd bijvoorbeeld een filmpje met Aziatisch jongetje gebruikt als voorbeeld. Daarnaast was er concrete maar beperkte aandacht voor het thema kinderrechten. Dit kwam aan de orde door kinderen een filmpje over kinderrechten te laten kijken. Ook werden kinderen uitgedaagd in de opdracht om hun kernkwaliteiten in te zetten ná de les specifiek rondom het thema kinderrechten<sup>9</sup>.

De concrete doelstelling van dit team is om kinderen bewust te maken van hun kwaliteiten zodat ze weten hoe het is, en ervaren, om die kwaliteiten in te zetten voor een betere wereld. In de evaluatie kijkt het team of kinderen zich hebben ingezet voor mondiaal burgerschap binnen het thema van kinderrechten<sup>10</sup>. Voor het team is de insteek via kernkwaliteiten erg belangrijk. Zij evalueren zelf daarom ook of kinderen zich bewuster zijn van hun kernkwaliteiten en of kinderen momenten van *flow* ervaren bij het inzetten van hun kwaliteiten<sup>11</sup>. In dit rapport laten we deze thema's achterwege omdat deze buiten de doelstellingen van SBOS vallen. De onderzoeksvraag in deze evaluatie is dan ook of deelnemende basisschoolleerlingen door de les veranderen qua houding en in mindere mate ook qua kennis. Voelen ze zich na de les meer betrokken bij het streven naar een betere wereld, weten ze meer van kinderrechten en vinden ze deze ook belangrijker?

---

<sup>8</sup> De kernreflectiebenadering stelt leerlingen in staat om die persoonlijke kwaliteiten bij zichzelf te ontdekken en in te zetten en is gebaseerd op de positieve psychologie van o.a. de psycholoog Seligman.

<sup>9</sup> In de praktijk bleek het lastig voor kinderen om concrete ideeën te bedenken hoe ze hun ontdekte kernkwaliteiten konden inzetten op het thema kinderrechten. Dit thema was vrij abstract.

<sup>10</sup> Oorspronkelijk konden scholen kiezen uit twee thema's, namelijk duurzaamheid of kinderrechten. Omdat alle scholen voor kinderrechten kozen, is duurzaamheid als thema niet in deze evaluatie meegenomen.

<sup>11</sup> Flow refereert aan een mentale toestand waarin een persoon volledig opgaat in zijn of haar bezigheden.

### 3.2. Methode van onderzoek

Kinderen die deelnemen aan de les, basisschoolleerlingen uit de bovenbouw, zijn ondervraagd via twee korte vragenlijsten. De ene vragenlijst had als thema wereldburgerschap en de ander het thema kinderrechten. De vragenlijsten zijn deels gebaseerd op bestaande vragenlijsten van NCDO die in het verleden zijn gebruikt bij onderzoek onder kinderen (De Goede, 2012; Hogeling & Van Gent, 2014). Bij aanvang van de les werden de twee vragenlijsten random uitgedeeld. Kinderen vulden één van deze twee vragenlijsten in. Als het team na een aantal weken terugkwam voor de afronding van de les, werden deze twee vragenlijsten weer random verspreid. Kinderen vulden dus niet altijd dezelfde vragenlijst in. Het was niet bij elke school mogelijk om terug te komen voor de evaluatie. Ook is soms vergeten de vragenlijsten uit te zetten bij de evaluatie. Daardoor zijn minder vragenlijsten bij de nametingen ingevuld dan bij de nulmetingen.

Het team heeft naderhand de ingevulde vragenlijsten digitaal ingevoerd. De vragenlijst over wereldburgerschap is in de nulmeting door 50 kinderen (respons van 29%) en door 34 kinderen bij de nameting (respons van 20%) ingevuld. De vragenlijst over kinderrechten is in de nulmeting door 44 kinderen ingevuld (respons van 25%) en in de nameting door slechts 16 kinderen (respons van 9%). In bijlage 2 is een overzicht te vinden van scholen en groepen waar de metingen zijn uitgevoerd. Naast deze methoden heeft het team aanvullende kwalitatieve onderzoeksmethodieken gebruikt om de doelstellingen rondom kernkwaliteiten en het ervaren van flow te evalueren.

### 3.3. Bereik

Het programma is uitgevoerd in 7 klassen in de bovenbouw van het basisonderwijs en bij een groep kinderen uit klassen 5,6,7,8 op een buitenschoolse opvang. Er zijn in totaal 178 kinderen bereikt, zie ook bijlage 2.

### 3.4. Uitkomsten

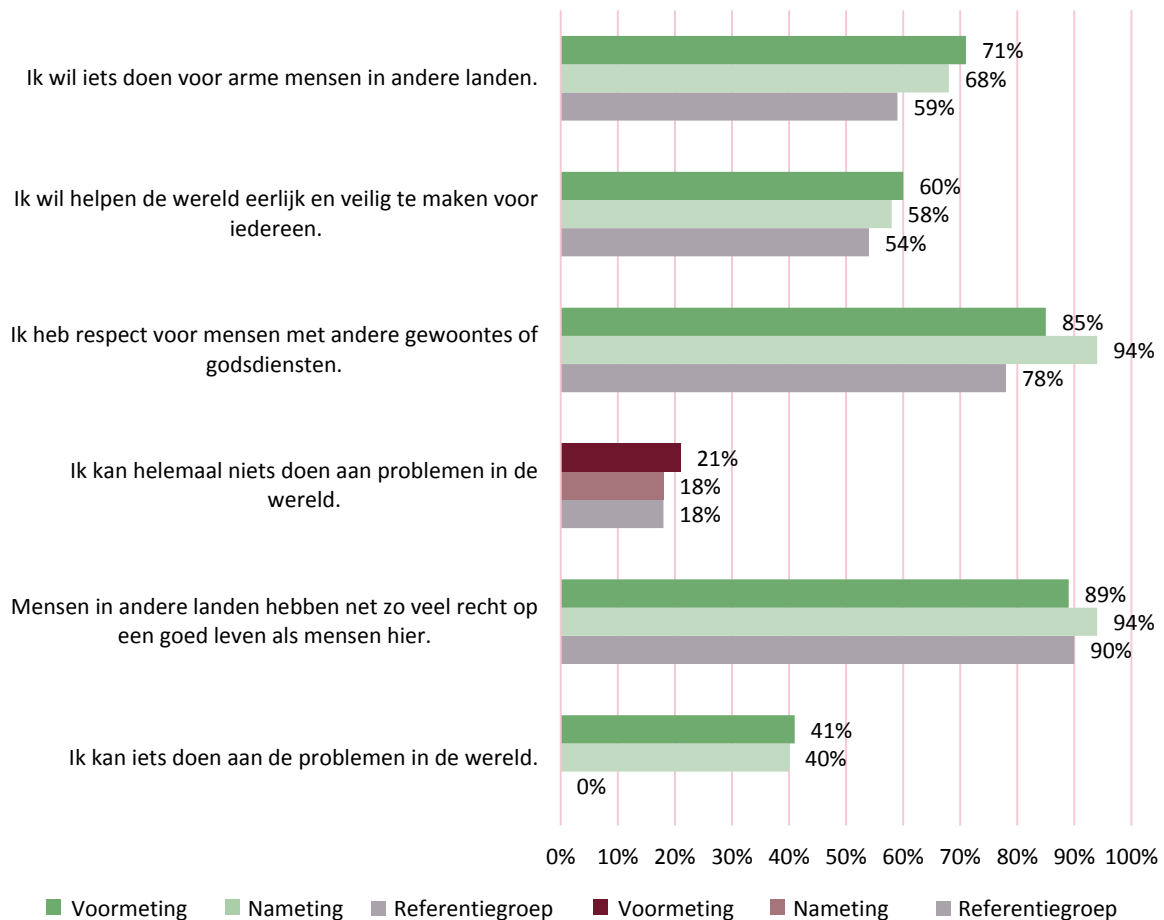
#### Wereldburgerschap

In figuur 3.1 zijn de uitkomsten van de nul- en nameting gepresenteerd voor de vragenlijst over wereldburgerschap. Stellingen gepresenteerd met groene balken zijn positief geformuleerde stellingen, stellingen met rode balken zijn negatief geformuleerde vragen. Tussen de nul- en nameting treden zo op het oog geen grote verschillen op. Bij drie stellingen zien we een verandering in de gewenste richting, namelijk bij de stelling 'Ik heb respect voor mensen met andere gewoontes of godsdiensten', de stelling 'Mensen in andere landen hebben net zoveel recht op een goed leven als mensen hier' en de stelling 'Ik kan helemaal niets doen aan de problemen in de wereld'.

Om te bepalen of de verschillen die zijn gevonden, ook inderdaad significant zijn en niet op toeval berusten, zijn statische testen uitgevoerd<sup>12</sup>. Let op: deze analyse is iets anders dan de visuele weergave van figuur 3.1 waarbij alleen het percentage (helemaal) mee eens wordt weergegeven. Alleen bij de stelling 'Ik heb respect voor mensen met andere gewoontes of godsdiensten' blijkt dat de gemiddelde score tussen de nul- en nameting significant van elkaar afwijkt. Kinderen geven in de nameting aan meer respect te hebben voor mensen met andere gewoontes of godsdiensten dan in de nulmeting. Op de overige stellingen zien we geen significante verschillen tussen de nul- en nameting.

---

<sup>12</sup> In de analyses is gebruikt gemaakt van een unpaired t-toets om gemiddelden met elkaar te vergelijken. De antwoord categorieën van de stellingen variëren van een schaal van 0 tot 4. Per stelling is het gemiddelde berekend voor de nul- en nameting en met de t-toets wordt getest of de gevonden verschillen op toeval berusten of niet.



**Figuur 3.1** Stellingen over wereldburgerschap (% (helemaal) mee eens), nulmeting n = 37 (min) - 49 (max), nameting n = 28 (min) - 32 (max)

Aan kinderen is zowel in de nul- als in de nameting gevraagd wat ze zelf kunnen doen om de wereld fijner en beter te maken. De aanname was dat kinderen in de nameting een duidelijker antwoord op deze vraag kunnen formuleren omdat ze door de les gestimuleerd zijn hierover na te denken. Deze data is echter moeilijk te interpreteren omdat bij de nulmeting 15 van de 40 kinderen (37%) en bij de nameting 19 van de 34 kinderen (56%) deze vraag niet hebben ingevuld. Als we de open antwoorden van beide metingen bundelen (50 van de 84 kinderen geven een antwoord), blijkt dat het thema waar het vaakst door kinderen wordt genoemd geld geven of goede doelen steunen is (13 keer genoemd). Kinderen refereren ongeveer net zo vaak aan wat ze kunnen doen in hun eigen kring als aan gedrag wat gelieerd is aan de grotere wereld, bijvoorbeeld meedoen aan schoenendoosactie voor kinderen arme landen. Nog een ruim aantal, 16 kinderen, geeft aan niet te weten wat ze zelf kunnen doen om de wereld fijner en beter te maken.

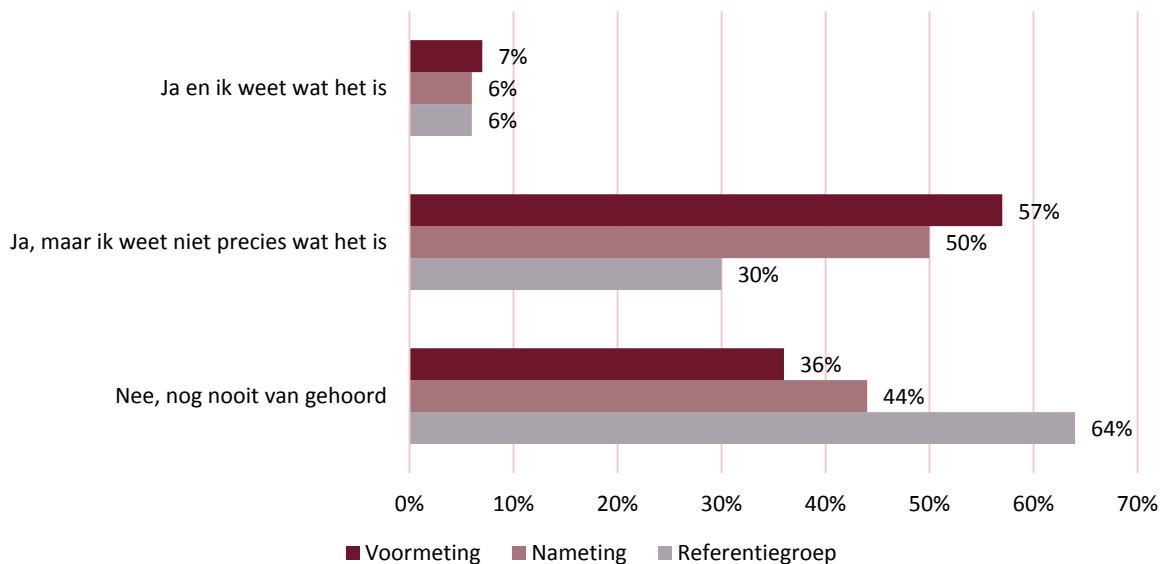
**Tabel 3.1** Analyse van open antwoorden wat kinderen zelf kunnen doen om de wereld fijner en beter te maken.

Thema's	Aantal x genoemd	Voorbeeldcitaat
Geld geven/goede doelen	13 x	'geld opzammelen en naar unicef brengen!'
Eigen kring	8 x	'Beter naar volwassenen luisteren en lief zijn voor elkaar
Grotere wereld	9 x	'De oorlogen tegen te houden!'
Weet niet	16 x	

## Kinderrechten

Zoals in paragraaf 3.2 al is weergegeven, is het aantal ingevulde enquêtes van de nameting voor het thema kinderrechten erg laag ( $n = 16$ , respons 9%). Deze lage respons heeft effect op de representativiteit van dit onderzoek. Er heeft maar een relatief klein deel van de totale bereikte groep van 178 kinderen de vragenlijst ingevuld, waardoor het mogelijk is dat de uitkomsten niet gelden voor de totale groep. Ook is het zeer beperkt mogelijk statistische testen goed uit te voeren op zo'n klein aantal<sup>13</sup>. Het is daarom van belang onderstaande resultaten met veel voorzichtigheid te interpreteren.

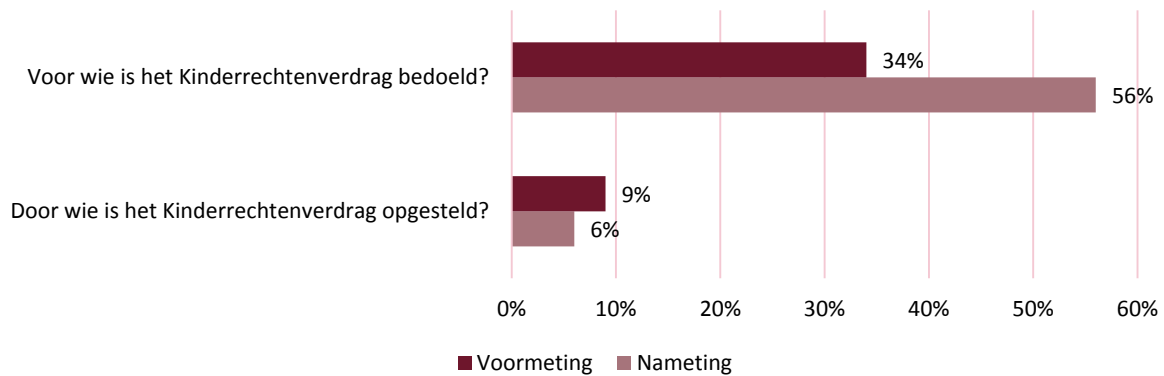
Kinderen kregen tijdens de les een filmpje over kinderrechten te zien. In de vragenlijst over kinderrechten zijn zowel kennisvragen als houdingsvragen gesteld. De kennisvragen zijn opgenomen met de verwachting dat kinderen iets hebben geleerd over kinderrechten door het kijken naar het filmpje. In figuur 3.1 blijkt dat kinderen in de nameting niet vaker weten wat het verdrag is of dat ze ervan gehoord hebben. De data wijst eerder op een negatieve trend, namelijk dat kinderen in de nameting juist vaker aangeven er niet van gehoord te hebben. De kinderen uit deze klassen lijken overigens wel beter te scoren in vergelijking met de referentiegroep van Nederlandse basisschoolleerlingen uit 2014 (Hogeling & Van Gent, 2014). Deze hebben veel minder vaak van het kinderrechtenverdrag gehoord.



**Figuur 3.2** Kennis over kinderrechtenverdrag (%), nulmeting  $n = 44$ , nameting  $n = 16$

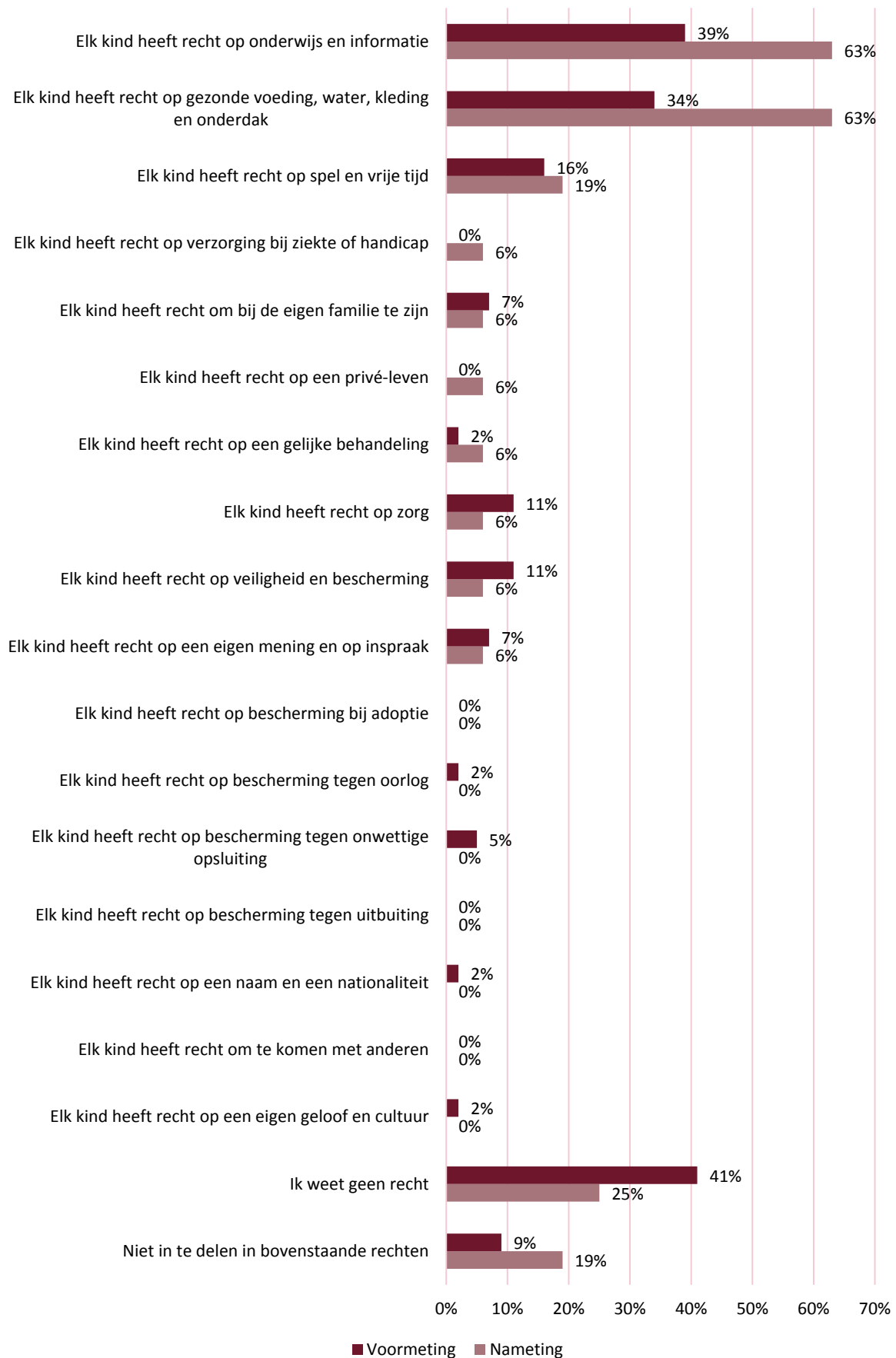
Kinderen lijken na afloop van de les wel vaker te weten voor wie het Kinderrechtenverdrag bedoeld is. Dit verschil is echter niet significant. De vraag over wie het kinderrechtenverdrag heeft opgesteld wordt in de nameting ook niet beter beantwoordt dan in de nulmeting.

<sup>13</sup> In de analyses is gebruikt gemaakt van een unpaired t-toets om gemiddelden met elkaar te vergelijken en een Chi square test om te toetsen of scores op ordinale variabelen verschillen tussen de nul- en nameting.



**Figuur 3.3** Kennis over kinderrechten, (% goede antwoorden *multiple choice* vragen), nulmeting n = 44, nameting n = 16

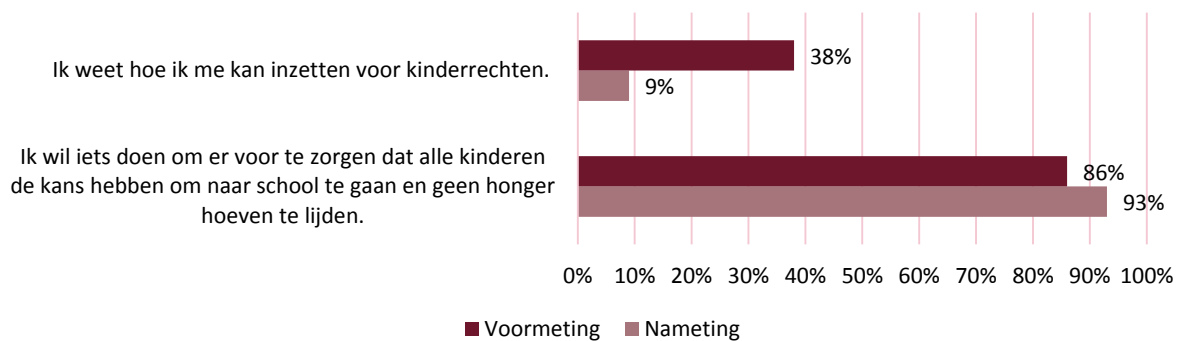
Daarnaast is aan kinderen een open vraag gesteld of ze een kinderrecht kunnen noemen. In de nameting lijken kinderen meer kinderrechten te kunnen noemen (gemiddelde van 1,8 kinderrechten) dan in de nulmeting (gemiddelde van 1,4 kinderrechten). Dit verschil is echter niet significant. Het aantal kinderen dat geen enkel recht weet te noemen, daalt van 41 procent in de nulmeting naar 25 procent in de nameting. Ook dit verschil is niet significant. De teamleden hebben de antwoorden op deze open vraag gecategoriseerd naar verschillende kinderrechten (zie figuur 3.3). In de nameting blijken kinderen spontaan vaker het recht op onderwijs en informatie te noemen en het recht op basisvoorzieningen zoals voeding, water, kleding en onderdak. Dit verschil tussen nul- en nameting is wederom niet significant.



**Figuur 3.4** Spontaan genoemde kinderrechten (%), nulmeting n = 44, nameting n = 16



Tot slot zijn twee stellingen voorgelegd over toekomstig gedrag. Tegengesteld aan de verwachting geven kinderen in de nameting minder vaak aan hoe ze zich kunnen inzetten voor kinderrechten, hoewel ook hier verschillen niet significant zijn. Er treden daarnaast geen grote verschillen op tussen nul- en nameting als het gaat om de motivatie om iets te doen op het vlak van kinderrechten.



**Figuur 3.5** Toekomstig gedrag (% (helemaal) mee eens), nulmeting n = 29 (min), nameting n = 11 (min)

Aan kinderen is zowel in de nul- als in de nameting gevraagd of ze kinderrechten belangrijk vinden en waarom. De aanname was dat kinderen in de nameting kinderrechten vaker belangrijk zouden vinden en beter zouden kunnen formuleren waarom. Net als bij de open vraag van de vragenlijst over wereldburgerschap is de analyse naar eventuele verschillen tussen nul- en nameting niet goed uit te voeren. De nameting is door 16 kinderen ingevuld, waarvan er drie deze open vraag niet hebben ingevuld. Dit aantal is dusdanig laag dat een vergelijking niet mogelijk is.

Als we de open antwoorden van beide metingen bundelen (50 van de 60 kinderen geven een inhoudelijk antwoord), blijkt dat vrijwel alle kinderen kinderrechten belangrijk vinden. Slechts zes kinderen weten niet of ze het belangrijk vinden en drie kinderen vinden het niet belangrijk. De redenen waarom kinderrechten belangrijk zijn, zijn vrij divers, hele duidelijke patronen zijn hier niet in te herkennen. Ook geven veel kinderen ook geen inhoudelijke redenen, maar noemen gewoon dat ze het belangrijk vinden, bijvoorbeeld 'ja, want iedereen en ieder kind heeft ergens recht'. Veel kinderen refereren aan het feit dat het belangrijk is dat je te eten krijgt of dat je naar school mag gaan, of dat je zelf mag beslissen over dingen. Kinderen leggen niet vaak de link naar kinderrechten in andere landen, dit wordt door vier kinderen genoemd. Een kind zegt hierover: 'Belangrijk omdat kinderen en volwassenen in arme landen ook een leuk leven willen hebben'.

Kinderen werden na afloop van de les uitgedaagd hun kwaliteiten in te zetten, in het bijzonder rondom het thema kinderrechten. In het onderstaande kader worden voorbeelden gegeven hoe kinderen zich zelf hebben ingezet op het thema kinderrechten.

**Voorbeelden van inzet van kernkwaliteiten van kinderen in de weken na de les binnen het kader kinderrechten:**

- Kleding gemaakt voor Edukans.
  - Weblog (en emailadres) gemaakt waar kinderen met gescheiden ouders of andere problemen terecht kunnen met vragen.
  - Geld ingezameld voor het Glazen Huis.
  - Voetbaltrainingen gegeven ter promotie van het Johan Cruyff court.
  - Speelgoed opgehaald voor de speelgoedbank.
- Bron: Eindverslag Kwaliteitenteam, 2015

### 3.5. Conclusie

Het team heeft een twee uur durende les rondom kernkwaliteiten aan 178 kinderen gegeven waarin kinderrechten en wereldburgerschap verwerkt waren. Na afloop van de les werden kinderen uitgedaagd om in de twee weken na de les hun kernkwaliteiten in te zetten op het gebied van kinderrechten. De les had, naast de doelstelling om kinderen meer inzicht te geven in hun

kernkwaliteiten en het ervaren van *flow*, de doelstelling om basisschoolleerlingen meer te betrekken bij een betere wereld en kennis over te dragen over kinderrechten en het belang ervan.

Om te evalueren of deze doelstellingen zijn bereikt zijn twee vragenlijsten aan het begin van de les als nulmeting ingevuld, één met het thema wereldburgerschap en één met het thema kinderrechten. Deze vragenlijsten zijn tijdens het evaluatiebezoek van het team een paar weken later opnieuw ingevuld. De nameting is minder goed ingevuld dan de nulmeting. Door de lage respons op met name de vragenlijst over kinderrechten is het lastig om conclusies te trekken over of kinderen door de les meer kennis hebben gekregen over kinderrechten en kinderrechten belangrijker zijn gaan vinden. Het was waarschijnlijk beter geweest als het team zich had gefocust op of kinderrechten of wereldburgerschap en de kernkwaliteitenbenadering achterwege had gelaten. In de evaluatie had dan ook één aspect centraal gestaan. Dat had de evaluatie vergemakkelijkt en de respons verbeterd.

We zien nauwelijks significante verschillen tussen de nul- en nameting, wat overigens ook niet verwonderlijk is gezien het lage aantal respondenten bij de nameting. Kinderen hebben in de nameting iets meer respect voor mensen met andere gewoontes of godsdiensten in vergelijking met de nulmeting. Op de overige wereldburgerschapstellingen en kinderrechtenvragen treden geen verschillen op. Wat betreft de kwalitatieve data uit de open vragen: door de lage respons of grote hoeveelheid kinderen die geen antwoord hebben gegeven bij de open vragen bleek het niet mogelijk de kwalitatieve data te analyseren op verschillen tussen voor- en nameting.

Al met al kan geconcludeerd worden dat we weinig effecten signaleren bij kinderen die aan de les hebben deelgenomen. Bij het thema kinderrechten zou dit veroorzaakt kunnen worden door de lage respons in nameting. Daarnaast waren de ambities van dit team ook vrij groot. Niet alleen kinderrechten en wereldburgerschap, ook kernkwaliteiten en *flow* werden als doelstelling benoemd. Kinderrechten en wereldburgerschap leken minder concreet ingevuld tijdens de les. Het is goed mogelijk dat er minder effect is gesorteerd bij kinderen doordat er in relatief korte tijd veel verschillende doelen gerealiseerd moesten worden. Het team signaleert zelf in het eindverslag ook dat het lastig bleek om elk thema voldoende aan bod te laten komen.

## 4. PROJECT UPENDO

### 4.1. De activiteit en doelstelling

Dit team van vier personen heeft de actie Upendo gestart om liefdevolle duurzame maaltijden te koken voor mensen in hun sociale omgeving. Upendo betekent liefde in het Swahili. (Lekker) eten iets is wat mensen allemaal met elkaar gemeen hebben. De maaltijden zijn zoveel mogelijk duurzaam (vegetarisch, biologisch en/of fairtrade). Het (liefdevolle) idee van de actie was dat de ontvanger maaltijd wordt doorgegeven en dat de ontvanger dus zelf ook weer kookt voor iemand anders. De maaltijden werden 'doorgegeven' via een Upendo-tas. Het team hoopte op deze manier 100 mensen te bereiken die voor elkaar een liefdevolle maaltijd bereiden.

Het team had twee doelen met deze actie. Ze wilden deelnemers met elkaar verbinden en mensen stimuleren zich meer open te stellen naar elkaar. Daarnaast wilden ze door middel van duurzame maaltijden ontvangers bewuster maken van duurzaam eten en hen stimuleren dit zelf in het dagelijks leven ook meer te doen. Dit laatste zal centraal staan in deze evaluatie omdat dit het meest aansluit bij de doelstellingen van SBOS. De onderzoeksvraag in dit deelonderzoek is dan ook of deelnemers aan de actie veranderd zijn qua kennis, houding en qua gedrag. Weten ze meer af van duurzaam voedsel, zijn ze zich er meer bewust van en vinden ze het belangrijker en gaan ze door deze actie in de toekomst duurzamer eten?

### 4.2. Methode van onderzoek

Alle deelnemers zijn achteraf (na de deelname aan de Upendo-actie) uitgenodigd een vragenlijst in te vullen. Daarnaast is hen gevraagd of zij zijn veranderd door het project. Het bleek lastig te realiseren om de doelgroep via een voor- en nameting te bereiken. De Upendo-tas werd van de één op de ander doorgegeven zodat er geen controle was op waar die uiteindelijk belandde. Het was daardoor niet mogelijk om respondenten vooraf te benaderen met een nulmeting. Daarnaast was ook de verwachting dat als de actie eenmaal ging lopen deelnemers weinig connectie hadden met de initiatiefnemers van de actie, waardoor ze ook minder geneigd waren om een vragenlijst twee maal in te vullen.

Elke Upendo-tas die werd doorgegeven, bevatte onder andere een folder met een stappenplan. Eén van de laatste stappen in de folder was een uitnodiging naar de vragenlijst via een link. Daarnaast is de link voor de vragenlijst ook via de Facebook pagina van Upendo verspreid. In de vragenlijst stond de duurzame doelstelling van Upendo centraal en niet zozeer de sociale doelstelling van het verbinden van mensen. Twee vragen zijn overgenomen uit een eerder onderzoek van NCDO over Nederlanders en voedselzekerheid (Carabain & Spitz, 2012). Hoewel dit een onderzoek was uit 2012, geeft het wel een indicatie van hoe de gemiddelde Nederlander naar duurzaamheid van voedsel kijkt. Deze data over de gemiddelde Nederlander is als referentiegroep in twee figuren in dit hoofdstuk opgenomen.

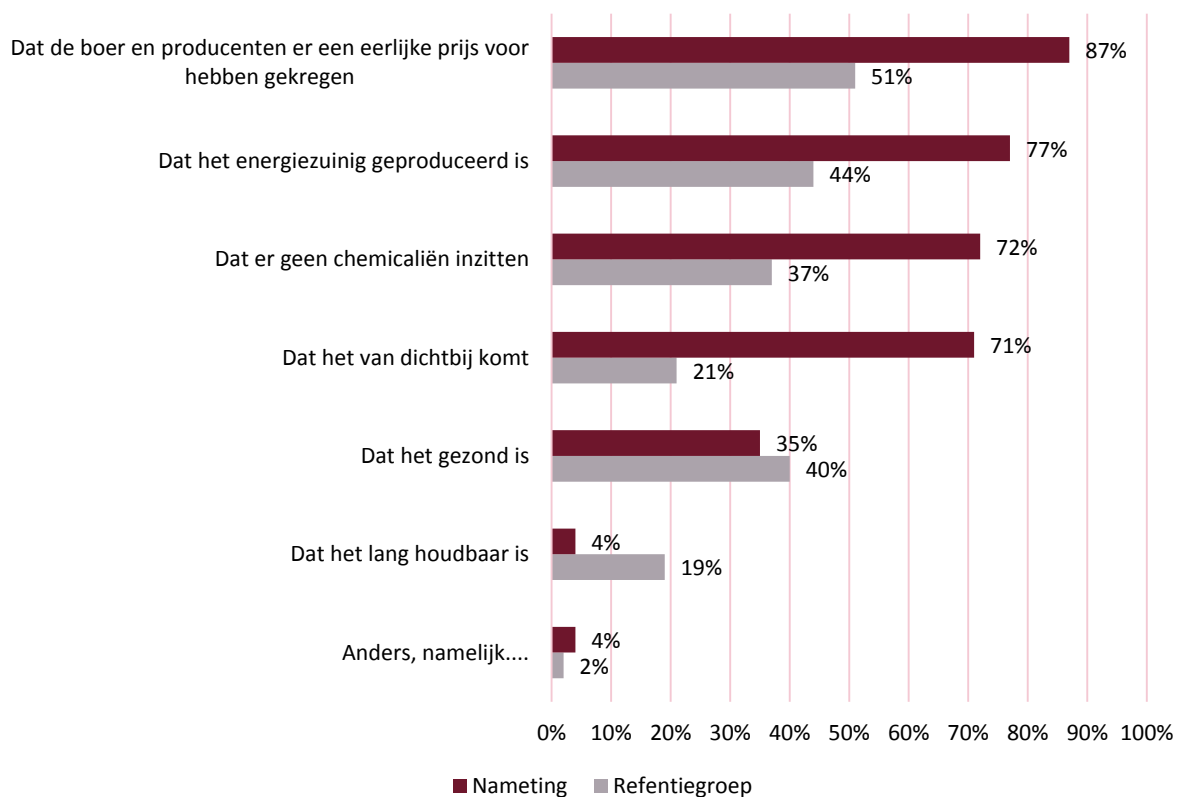
In totaal is door 31 deelnemers de vragenlijst ingevuld. Het team heeft 168 mensen bereikt door als team of individueel te koken. In hoeverre deze mensen zelf een maaltijd hebben doorgegeven is niet duidelijk, maar in de vragenlijst geeft bijna de helft aan dit wel te hebben gedaan. De respons op de vragenlijst is maximaal 18 procent maar mogelijk lager omdat er hoogstwaarschijnlijk meer mensen zijn bereikt met de actie. Naast de kwantitatieve meting heeft het team zes aanvullende interviews uitgevoerd om kwalitatieve data te verzamelen over hoe de deelnemers de actie hebben ervaren en hoe ze zijn veranderd door de maaltijd.

### 4.3. Bereik

Het team heeft 168 mensen bereikt door als team of individueel te koken. Het team heeft gezamenlijk voor 126 mensen gekookt. Dit waren groepen, zoals de trainees van het Changemaker programma, dak- en thuislozen, een buurtcentrum etc. Daarnaast hebben de teamleden persoonlijk 46 mensen van een liefdevolle maaltijd voorzien. Dit waren kennissen in de eigen sociale omgeving, zoals collega's, contacten bij een internationaal studentenhuis of kerkgangers uit de eigen kerk.

### 4.4. Uitkomsten

Deelnemers die de vragenlijst invulden zijn erg enthousiast over de actie Upendo, gemiddeld waarden zij hun deelname met een 8,5. Zijn deelnemers van Upendo zich nu na afloop beter bewust wat voedsel duurzaam maakt? We hebben de cijfers afgezet tegen een peiling onder Nederlanders uit 2012 (Carabain & Spitz, 2012). Uit figuur 4.1 blijkt dat Upendo-deelnemers veel meer en veel vaker aspecten van duurzaamheid aankruisen in vergelijking met de gemiddelde Nederlander uit 2012<sup>14</sup>. Ze lijken daarmee beter op de hoogte wat duurzaamheid precies inhoudt.



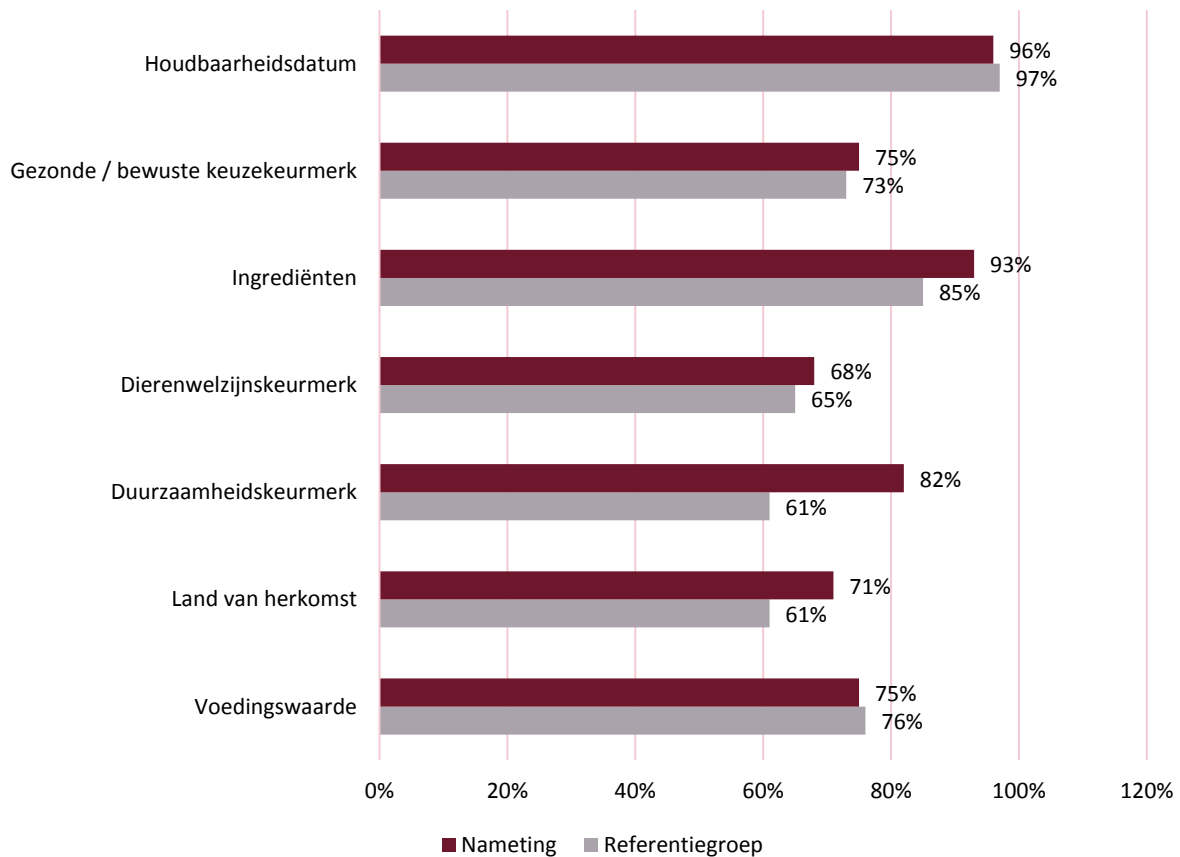
**Figuur 4.1** Aspecten van duurzaamheid (% ja), n = 44

Op de verpakking van voedsel staat allerlei informatie over het product. Naast elementaire informatie als houdbaarheid en ingrediënten van het product treft men ook steeds vaker keurmerken voor eerlijke handel, duurzaamheid en gezondheid aan. Welke informatie bekijken Upendo-deelnemers en is dit anders dan de gemiddelde Nederlander? Uit figuur 4.2 blijkt dat Upendo-deelnemers veel vaker dan de gemiddelde Nederlander kijken naar het duurzaamheidskenmerk (82% versus 61%)<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> Er is niet getest of de verschillen tussen Upendo-deelnemers en de gemiddelde Nederlander uit 2012 statistisch significant zijn.

<sup>15</sup> Idem.

Het lijkt er dus op dat Upendo-deelnemers meer zicht hebben op diverse aspecten van duurzaamheid en dat ze vaker naar duurzaamheidskeurmerken kijken dan de gemiddelde Nederlander uit 2012. Mogelijk waren veel deelnemers al bewuster dan de gemiddelde Nederlander over de duurzaamheid van eten. Dit lijkt echter wel mee te vallen. Minder dan een vijfde geeft aan het (helemaal) mee eens te zijn met de stelling 'Ik ben altijd al bezig met hoe duurzaam mijn eten is' (zie figuur 4.3). Dat betekent dat bij 80 procent van de deelnemers nog ruimte was om bewuster te worden van duurzaam voedsel.

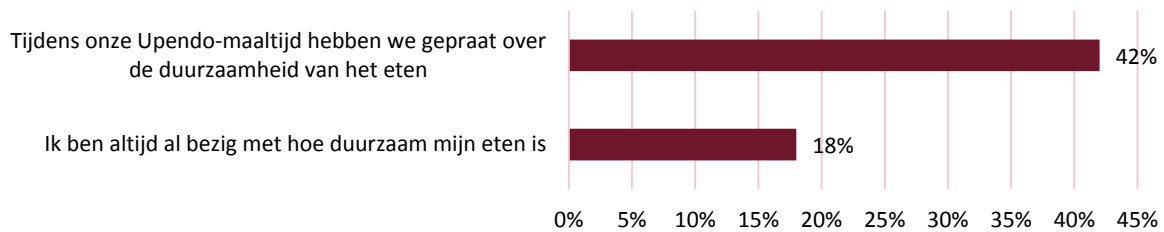


**Figuur 4.2** Welke informatie wordt bekeken? (%), n = 44

Bijna de helft van de respondenten geeft aan het (helemaal) eens te zijn met de stelling dat tijdens de maaltijd is gepraat over de duurzaamheid van het eten (zie figuur 4.3). Bij meer dan de helft van de deelnemers is dat niet gebeurd. Vinden deelnemers die aangeven tijdens de maaltijd te hebben gepraat over duurzaamheid nu vaker dat ze veranderd zijn dan deelnemers die dat niet hebben gedaan? Met andere woorden, is het belangrijk dat er tijdens de maaltijd werd gepraat over duurzaamheid? We hebben hiervoor extra testen uitgevoerd, waaruit blijkt dat dit inderdaad zo is. Deelnemers die aangeven het (helemaal) mee eens te zijn met de stelling dat er tijdens de maaltijd over duurzaamheid is gepraat, hebben een significant hoger gemiddelde op de volgende stellingen dan deelnemers die niet over duurzaamheid hebben gepraat:

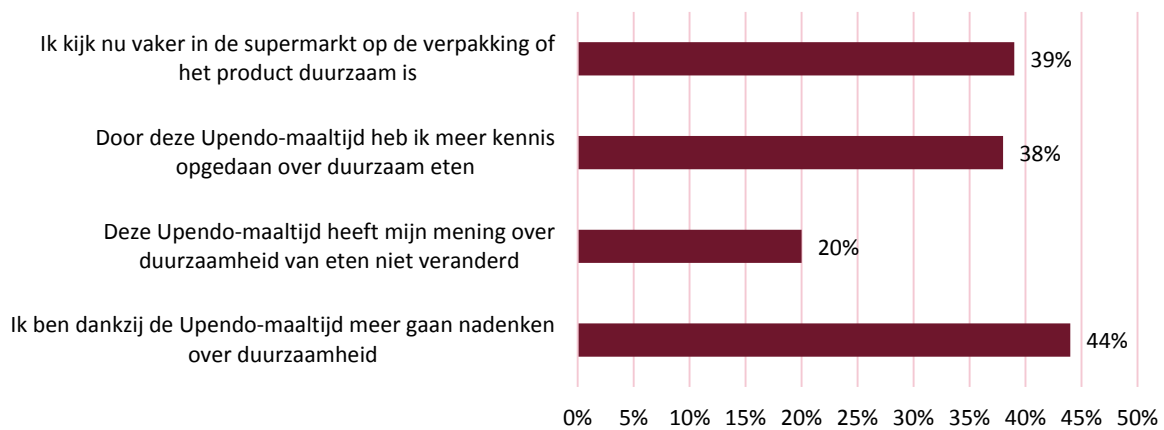
- Ik ben dankzij de Upendo-maaltijd meer gaan nadenken over duurzaamheid
  - Door deze Upendo-maaltijd heb ik meer kennis opgedaan over duurzaam eten
  - Ik kijk sinds de Upendo-maaltijd nu vaker in de supermarkt op de verpakking of het product duurzaam is
  - Ik ben van plan vaker vegetarisch te eten dankzij Upendo
  - Ik ben van plan vaker fairtrade producten te kopen dankzij Upendo
- En daarnaast bij deze negatieve stelling een significant lager gemiddelde.
- Deze Upendo-maaltijd heeft mijn mening over duurzaamheid van eten niet veranderd

Over duurzaamheid praten tijdens de Upendo-maaltijd zorgt voor meer bewustwording. Dat bij een relatief groot deel van de Upendo-deelnemers (57 %) niet tot nauwelijks is gepraat over duurzaamheid is een gemiste kans om deelnemers bewust te maken van duurzaamheid.



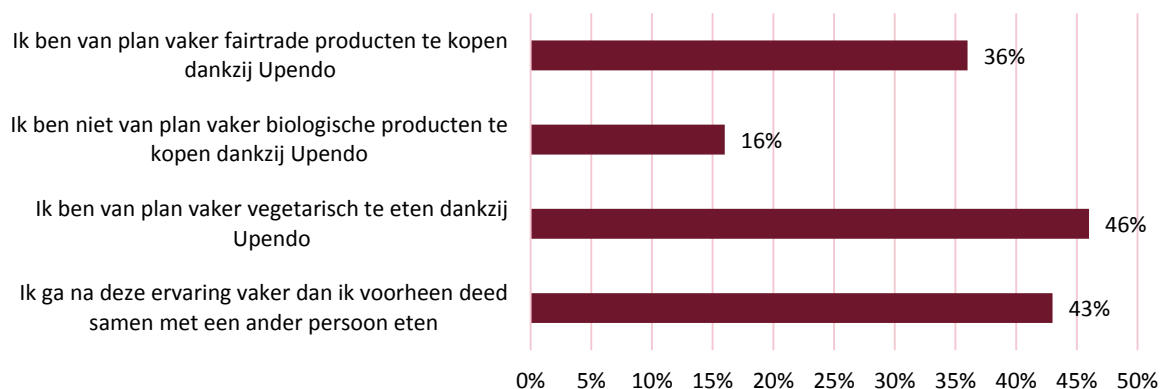
**Figuur 4.3** Bezijn zijn met duurzaamheid (% (helemaal) mee eens), n = 44.

Hoe beoordelen deelnemers zelf of zij denken te zijn veranderd door deelname aan Upendo? Circa twee vijfde geeft aan meer kennis te hebben opgedaan over duurzaam eten, geeft aan vaker in de supermarkt te kijken of een product duurzaam is en is meer gaan nadenken over duurzaamheid (zie figuur 4.4). Slechts twintig procent zegt niet van mening te zijn veranderd door de Upendo-maaltijd.



**Figuur 4.4** Stellingen over veranderingen (% (helemaal) mee eens), n = 44.

Vervolgens zijn nog een aantal vragen gesteld over of deelnemers hun toekomstig gedrag gaan aanpassen dankzij deze Upendo-actie. (zie figuur 4.5). Een deel van de deelnemers wil meer fairtrade producten (36%) gaan kopen en vaker vegetarisch eten (46%). Slechts een achtste van de deelnemers is niet van plan vaker biologische producten te gaan kopen. Ook is nog een laatste vraag gesteld over de sociale doelstelling van Upendo. Meer dan twee vijfde wil vaker dan voorheen anderen uitnodigen om samen te eten. Geconcludeerd kan worden dat een deel van de deelnemers voornemens is duurzamer te eten. Of ze dit daadwerkelijk gaan doen is niet onderzocht.



**Figuur 4.5** Stellingen over toekomstig gedrag (% (helemaal) mee eens), n = 44.

#### 4.5. Verandering volgens deelnemers

Tot slot is een open vraag gesteld over wat de belangrijkste verandering bij de deelnemer is door de Upendo-actie. Het duurzaamheidsaspect wordt 25 keer genoemd (waarbij zes deelnemers specifiek aan vegetarisch eten, vijf aan biologisch en drie deelnemers aan fairtrade producten refereren). Het sociale aspect van samen eten wordt 22 keer genoemd. Beide doelstellingen van het project zijn dus bij deelnemers overgekomen. Er zijn vier personen die zich zijn gaan realiseren dat ze met hun eigen consumentengedrag een verschil kunnen maken, hoe klein dan ook. Een deelnemer zegt: *'Ik weet nu veel meer over duurzaam eten en waarom ik duurzaam zou moeten (gaan) eten. En hoe simpel het eigenlijk is. En dat ook ik een verschil kan maken, want dat scheelt toch echt!'* Tot slot zijn er vier personen die aangeven dat er eigenlijk niets bij hen is veranderd, met als hoofdreden dat ze al duurzaam aten.

Aan het team van Upendo zelf is gevraagd welke open antwoorden over veranderingen het meest de verandering benaderden die zij als team beoogden. Het team heeft voor de volgende twee antwoorden gekozen:

*'I've met so many new people! And I've also learned and tasted new cultural dishes. And I've learned more about why it would be important for us as well to care about the earth and other people'.*

*'I loved the idea of eating together and enjoying ourselves, while also knowing the meal is organic and fairtrade, so other humans somewhere far away could also enjoy and be happy and live happy lives!'*

De redenering voor het uitkiezen van deze twee antwoorden is dat in beide antwoorden de twee doelstellingen van 'liefdevolle omgang' met elkaar en 'duurzaamheid' terugkomen. In de antwoorden komt naar voren dat we voor de wereld zorgen en voor elkaar, met een beetje liefde en een maaltijd.

In de zes open interviews komt een vergelijkbaar beeld naar voren. Beide doelstellingen van Upendo, het sociale aspect van het verbinden van mensen en de duurzaamheid van het eten, worden door respondenten herkend. Uit de open interviews blijkt dat mensen het erg leuk vinden om gevraagd te worden voor een maaltijd en dat het een opening geeft om dieper met elkaar in gesprek te komen. Dat de maaltijd dan ook duurzaam is, wordt als een meerwaarde erkend.

#### 4.6. Onbedoelde effecten

Uit de open interviews blijkt dat mensen door de Upendo-actie geïnspireerd raken om zelf in actie te komen of door iets te geven of te delen. Een deelnemster zegt hierover: *'Het lijkt mij best mooi om vaker iets kleins te delen of te geven, zelfs al is het maar een kaartje sturen of iets lekkers meenemen voor bij de koffie. Ik heb gemerkt dat het me goed deed dat er interesse werd getoond in mij, dus ik wil dat graag teruggeven'.* Andere voorbeelden: een vriendin van één van de teamleden is van plan om geld in te zamelen door het koken van maaltijden voor goede doelen. En heeft een ander zich aangemeld voor vrijwilligerswerk onder het motto *'Als de meiden van Upendo iets moois kunnen doen voor deze wereld, dan kan ik dat ook!'* En in een internationaal studentenhuus is door een Upendo deelnemer heel veel enthousiasme gegenereerd voor samen duurzaam eten. Er is een wereldcomité in het huus aangesteld dat alle bewoners eens per 2 weken uitnodigt voor een gezamenlijke vegetarische en zoveel mogelijk duurzame maaltijd. Deze maaltijden worden telkens bereid door andere koks en hebben ook steeds een ander accent: er worden maaltijden uit elke cultuur gekookt.

#### 4.7. Conclusie

Het team startte de Upendo-actie om deelnemers via een duurzame maaltijd met andere mensen in contact te laten komen. De actie had twee doelen, namelijk deelnemers te stimuleren in het dagelijks leven duurzamer te gaan eten en deelnemers uitdagen zich meer open te stellen voor hun medemens. In dit deel van het evaluatieonderzoek stond centraal in welke mate deelnemers aan de Upendo-actie veranderd zijn qua kennis, houding en gedrag op het thema duurzaam eten. Door de manier waarop de actie is vormgegeven bleek het niet mogelijk om via een nul- en nameting deelnemers te volgen. De uitkomsten van het onderzoek zijn daardoor iets minder 'hard'; we vragen

mensen zelf om te beoordelen of ze zijn veranderd door de actie. Daarnaast is data van een onderzoek onder Nederlanders uit 2012 gebruikt als referentiekader.

We zien dat dat Upendo-deelnemers na afloop meer zicht lijken te hebben op diverse aspecten van duurzaamheid en dat ze vaker naar duurzaamheidskeurmerken kijken dan de gemiddelde Nederlander uit 2012. Het lijkt er dus op dat Upendo-deelnemers zich meer bewust zijn van duurzaamheid dan de gemiddelde Nederlander.

Als we afgaan op de beoordeling van deelnemers, kunnen we concluderen dat een deel daarvan inderdaad is veranderd door de actie, zowel qua kennis, houding als (toekomstig) gedrag. Circa twee vijfde geeft aan meer kennis te hebben opgedaan over duurzaam eten, zegt vaker in de supermarkt te kijken of een product duurzaam is en is meer gaan nadenken over duurzaamheid. Slechts twintig procent zegt niet van mening te zijn veranderd door de Upendo-maaltijd. Een deel van de deelnemers is ook van mening dat ze hun toekomstig gedrag gaan aanpassen dankzij deze Upendo-actie: 36 procent wil meer fairtrade producten en 46 procent wil vaker vegetarisch eten. Uit aanvullende analyses blijkt dat deelnemers die tijdens de maaltijd hebben gepraat over duurzaamheid, vaker aangeven te zijn veranderd dan deelnemers die niet hebben gepraat over duurzaamheid. Dit laatste was bij meer dan de helft van de deelnemers het geval, dus we signaleren wel een gemiste kans om effect te realiseren. Als bij alle maaltijden over duurzaamheid was gepraat, was het effect mogelijk groter geweest.

Hoewel de sociale doelstelling van dit project in deze evaluatie niet centraal stond, blijkt uit de data wel dat deelnemers dit erg hebben gewaardeerd en dat deze doelstelling belangrijk voor ze is geweest. Zo wil meer dan twee vijfde in de toekomst vaker gaan eten met een ander persoon en het sociale aspect wordt 22 keer genoemd als het gaat om de belangrijkste ervaren verandering door de actie.



## 5. EERDERE CHANGEMAKERPROJECTEN

### 5.1. Inleiding

De Changemaker traineeships zijn vanaf 2012 uitgevoerd. In de eerste jaren (tot 2014) is weinig aandacht besteed aan het in kaart brengen van effecten op omgeving van de trainees. Hoe deze indirecte doelgroep, deelnemers aan projecten van trainees veranderde door die deelname, werd niet systematisch gemonitord. Om meer inzicht te krijgen in de effecten op de indirecte doelgroep bij eerdere jaargangen van het traineeship is een aanvullend kwalitatief onderzoek uitgevoerd door de onderzoeker van Kaleidos Research. Er zijn drie projecten van jaargang 2013 gekozen<sup>16</sup>. De actie '(H)eerlijks voor de verandering' daagde deelnemers uit een maand duurzaam te eten. De trainees 'Women in action against hiv/aids' nodigden Nederlandse vrouwen uit voor een Afrikaanse avond om kennisoverdracht over hiv/aids te realiseren. Via het Mix & Match festival werden Nederlanders en asielzoekers met elkaar in contact gebracht om de beeldvorming over en weer aan te passen. De onderzoeksvraag die in dit hoofdstuk centraal staat, is in hoeverre de deelnemers zijn veranderd door deelname aan de activiteiten die trainees ontplooiden.

### 5.2. Onderzoeksmethode

De projecten uit 2013 konden niet systematisch met een nul- en nameting of een nameting en een controlegroep onderzocht worden, omdat de activiteiten al enige tijd geleden hebben plaatsgevonden. Daarnaast is het lastig om emailadressen te achterhalen van een activiteit van anderhalf jaar geleden. Er is daarom gekozen voor een kwalitatieve benadering. Onder een deel van de deelnemers die aan zo'n project hebben meegedaan is een korte vragenlijst uitgezet<sup>17</sup>. De vragenlijst is voor de drie projecten zoveel mogelijk vergelijkbaar en bevatte veel open vragen, om zo meer zicht te krijgen op de verandering bij deelnemers. Een belangrijk aspect van deze vragenlijst is een Most Significant Change vraag, waarin aan deelnemers werd gevraagd wat bij hen de belangrijkste verandering was door deelname aan de activiteit.

De insteek was om per activiteit een respons van tien deelnemers te krijgen. Dit is zowel voor het project '(H)eerlijks voor de verandering' (13 personen die de vragenlijst hebben ingevuld, respons van 38%) als voor het project 'Women in action against hiv/aids' (12 deelnemers die de vragenlijst hebben ingevuld, respons van 67%) gelukt. Bij het Mix & Match festival is dit helaas niet gelukt, slechts vijf deelnemers hebben gereageerd (een respons van 36%). Daarnaast zijn met zeven deelnemers nog aanvullende korte telefonische interviews gehouden om de antwoorden op de vragenlijst beter te kunnen duiden<sup>18</sup>. Er is gesproken met drie deelnemers van het project '(H)eerlijks voor de verandering', drie deelnemers van het project 'Women in action against hiv/aids' en één deelnemer van het Mix & Match festival.

---

<sup>16</sup> De projecten zijn door de programmamaker van Changemaker geselecteerd in overleg met de onderzoeker. Daarbij is gekozen voor projecten die vanuit het perspectief van de programmamaker succesvol leken en/of waarvan zij dacht dat het team gemotiveerd en georganiseerd zou zijn om het onderzoek te faciliteren door contactgegevens te leveren.

<sup>17</sup> Trainees hebben geen deelnemersadministraties bijgehouden. Aan trainees is daarom gevraagd of zij een lijst van minimaal 20 personen konden aanleveren die hadden deelgenomen aan de activiteit. Dit waren vaak mensen in de nabije omgeving van trainees, waar zij zelf vanwege hun persoonlijke relatie een emailadres van bezaten. Het gaat dus om een selectieve groep van deelnemers uit de nabije omgeving van de trainees.

<sup>18</sup> In de vragenlijst is gevraagd of respondenten bereid waren om mee te werken aan een kort telefonisch interview. Om respondenten te prikkelen tot medewerking werd een eco-cadeaubon van 15 euro aangeboden.

### 5.3. Uitkomsten

De resultaten van het onderzoek – vragenlijst en interviews - worden hieronder per project beschreven. In een losstaand kader wordt de activiteit nader beschreven. Ook informatie uit de evaluaties die door trainees zelf zijn uitgevoerd, is daarin opgenomen.

#### 5.3.1. (H)eerlijks voor de verandering

---

##### De actie (H)eerlijks voor de verandering

In het project '(H)eerlijks voor de verandering' werden Nederlanders uit de sociale omgeving van de teamleden uitgedaagd om een maand lang (februari 2014) duurzame keuzes te maken op het gebied van voeding. Dit wil zeggen dat zij hun normale voedingspatroon doorbreken en een duurzaam alternatief kiezen (vegetarisch eten of fairtrade of biologische producten kopen). Het doel van het project was om mensen (langdurig) te bewegen om duurzaam te gaan leven. In totaal hebben 280 mensen deze uitdaging aangenomen. Het team heeft zelf via een enquête achteraf geëvalueerd wat het effect was van hun actie op de deelnemers. Hoeveel personen deze enquête

invulden en wat de respons was, is niet bekend. Uit de enquête bleek dat gedurende de maand van de uitdaging:

- 60% van deelnemers minder vlees at (n = 37)
- 6% meer fairtrade producten kocht (n = 4)
- 35% meer biologische producten kocht (n = 22)

Uit de enquête bleek ook dat:

- 83% van de ondervraagde zijn duurzame keuze wil voortzetten na het project
- 93% van de deelnemers zal na het project meer nadenken over wat hij eet
- 77% van de deelnemers vindt dat hij nu meer weet over duurzaamheid.

##### Bekendheid met doelstelling

Aan de dertien deelnemers die de vragenlijst hebben ingevuld, is gevraagd wat volgens hen het doel was van de actie '(H)eerlijks voor de verandering'. Alle dertien respondenten kunnen, ruim een jaar na dato, precies weergeven wat het doel was van de actie. Een deelnemer aan de actie: *'Om bewuster met eten om te gaan. Om in te zien dat je met een kleine wijzigingen in je eet- of koopgedrag al veel goede verbeteringen aangaat'*. De respondenten vonden het leuk om aan de actie mee te doen, ze waarden de actie gemiddeld met een 7,8.

##### Belangrijkste verandering

Wat is voor deelnemers de belangrijkste verandering bij henzelf door deelname aan deze actie? Negen deelnemers geven aan door de actie te zijn veranderd. Zo zegt een deelnemer: *'Meer biologische producten gaan kopen en aangesloten op een beterbio pakket'*. Deelnemers refereren vooral aan verandering van gedrag (anders koken of boodschappen doen) en in mindere mate aan dat ze meer weten of zich bewuster zijn van de keuzemogelijkheden voor duurzaam eten: zeven van deze negen personen zijn van mening dat ze door de actie duurzaam gaan eten en boodschappen doen. In de antwoorden worden vegetarisch eten en biologische producten kopen het vaakst genoemd (allebei door 5 deelnemers) en fairtrade minder (1 keer). Van de dertien deelnemers geeft één deelnemer aan dat er niets is veranderd. Bij drie anderen blijkt (mede op analyse van de volgende vraag of men meer duurzaam is gaan eten) dat de actie niet de belangrijkste trigger was om hun voedingspatroon aan te passen. Ze waren hier zelf al mee bezig.

De initiatiefnemers van deze actie kiezen voor het volgende antwoord dat zij als meest significant typeren: *'Ik heb ervoor gekozen om een maand lang minder vlees te eten. Allereerst was de afspraak om één dag in de week vegetarisch te eten. Ik heb ingezien dat dit heel makkelijk kan en ook lekker is. Nu eet ik eigenlijk veel vaker vegetarisch en ben ik me ook bewuster van wat dit teweeg zou kunnen brengen als mensen dit in grotere getallen zouden doen'*. Dit antwoord vindt het team meest aansluiten bij hun missie om het voedingspatroon van Nederlanders te verduurzamen. Uit het antwoord blijkt dat deze deelnemer inderdaad blijvend is veranderd en dat deze verandering ook groter is dan vooraf gepland: de persoon eet nu 'veel vaker vegetarisch'. Ook het feit dat de persoon zich bewust is van het effect als meerdere mensen duurzaam eten, vind het team positief.

## Duurzamer eten

Naast deze open vraag is tot slot de doelstelling van het project aan respondenten voorgelegd, namelijk het stimuleren om duurzaam te gaan eten. Aan deelnemers is gevraagd of ze dat het afgelopen jaar zijn gaan doen. Negen deelnemers bevestigen dat zij anders zijn gaan eten. Ook de twee deelnemers die in de open vraag nog aangeven vooral zich meer bewust te zijn geworden, zeggen nu dat ze ook daadwerkelijk ander gedrag zijn gaan vertonen (minder vee of vlees, of vaker de fairtrade variant kopen). Geconcludeerd kan worden iets meer dan twee derde van de deelnemers van mening is dat ze duurzamer zijn gaan eten door de actie.

Uit de interviews blijkt dat de deelnemers al affiniteit hadden met het thema duurzaamheid. De actie gaf een extra duwtje in de rug om die interesse heel concreet om te zetten in gedrag. De actie was erg laagdrempelig volgens de deelnemers. Via een formulier kon men zich opgeven voor de uitdaging. Daarin kon iedereen een eigen duurzame uitdaging op het vlak van eten formuleren. Deelnemers konden dus zelf een voor hen zelf haalbaar doel stellen. Vervolgens gingen ze met deze uitdaging een maand aan de slag. De persoonlijke benadering, dat je via een persoonlijk contact gevraagd werd hieraan mee te doen en/of dat anderen in je sociale omgeving ook meededen aan de actie, maakte de actie ook toegankelijker. Door de duurzame uitdaging een maand vol te houden, ervoeren deelnemers aan den lijve dat een duurzame gedragsverandering goed mogelijk is en in de praktijk vaak mee viel. De stap om dat vervolgens te integreren in de dagelijkse levensstijl en dit langer vol te houden was daardoor niet heel moeilijk. Wel geven deelnemers aan dat ze tijdens de actie consequenter waren dan daarna. Ook blijven de kosten en beschikbaarheid van duurzaam eten volgens de respondenten soms een dilemma. Dit geldt vooral voor mensen die een biologische uitdaging kozen: biologische producten, met name vlees, zijn veel duurder dan niet-biologische producten. Ook zijn biologische producten niet in alle supermarkten even goed te verkrijgen, waardoor het soms meer werk is om altijd consequent voor biologische producten te kiezen. Deelnemers geven aan dat er geen georganiseerd contact was met andere deelnemers tijdens de actie. Dit was volgens deelnemers misschien wel leuk of inspirerend geweest. Daarnaast merkte een deelnemer op dat het wellicht goed is als de actie jaarlijks terugkomt, waardoor je geprikkeld blijft om hier aandacht aan te blijven besteden.

### 5.3.2. Women in action against hiv/aids

---

#### Afrikaanse avonden 'Women in action against hiv/aids'

In het kader van dit project werden drie avonden georganiseerd (jan – feb 2014) waarin Nederlandse vrouwen inzicht kregen in de positie van de vrouw in Afrika. Via deze avonden werd geld ingezameld voor een creatieve training voor 50 jonge vrouwen in Afrika tussen de 10 en 25 jaar. De twee trainees hebben later dat jaar inderdaad creatieve trainingen gehouden aan Zimbabwaanse jonge vrouwen voorlichting op het gebied van HIV en Aids. Het doel van de avonden in Nederland was om:

- Nederlandse vrouwen een beeld geven van de situatie van vrouwen in Afrika.
- kennis over te brengen aan Nederlandse vrouwen op het gebied van HIV/AIDS
- begrip/ inlevingsvermogen creëren voor de vrouwen in Afrika (missie)
- input te krijgen van Nederlandse vrouwen voor de training in Afrika.

Het team heeft zelf de avonden geëvalueerd. Van de 28 deelnemers geven er 26 aan dat hun kennis op het gebied van HIV/Aids is toegenomen.

#### Bekendheid met doelstelling

Aan deelnemers is gevraagd wat de doelstelling van de avond die zij bezochten is. De deelnemers noemen verschillende aspecten die min of meer overeen komen met de vier doelstellingen die door het team waren geformuleerd. Kennisoverdracht over hiv/aids worden het meest genoemd (8 keer), het input geven op de training of het ervaren van de training worden vijf keer genoemd. De situatie van Afrikaanse vrouwen wordt weinig genoemd (1 keer). Mogelijk komt dit doordat respondenten dit

onder het kopje laten vallen van hiv/aids. Dit wordt bijna altijd genoemd in combinatie met de situatie in Afrika. Begrip creëren wordt ook weinig genoemd (1 keer). Wat opvalt, is dat een deel van de deelnemers de avonden vooral ziet als kennismaking met het project van het team (de creatieve training in Zimbabwe) en niet direct noemen dat zij zelf iets zouden leren van hiv/aids of van de situatie in Afrika. Daarnaast geven nog drie deelnemers aan dat, naast andere doelen, het doel 'geld inzamelen' was. De respondenten waardeerden de avonden goed met gemiddeld een 8,5.

### **Belangrijkste verandering**

Drie deelnemers geven aan dat ze zelf niet echt zijn veranderd door hun deelname aan deze avond, hoewel twee daarbij toch wel noemen dat ze nieuwe kennis hebben opgedaan over hiv/aids in Afrika. Zeven respondenten noemen vooral het opdoen van specifieke kennis over hiv/aids in Afrika of meer betrokkenheid bij het thema als verandering. Zo schrijft een deelnemer: *'Dat het zo een taboe is in Zimbabwe dat er niet over gepraat wordt. Dat ze bijna liever de ziekte door geven dan dat ze het er over hebben'*. En een andere deelnemer: *'Ik ben me bewust geworden dat door de rolpatronen van man en vrouw in Afrika een zeer speciale aanpak vereist is om adequaat voorlichting te geven op seksueel gebied. De voorlichting zelf zal ook tot gevolg hebben dat mannen en vrouwen in Afrika meer inzicht krijgen in de rollen die ze spelen in de samenleving en dat ze ten aanzien van het overdragen van HIV en aids ook een eigen verantwoordelijkheid hebben, los van cultureel bepaalde gedragingen'*. Verder geeft één persoon aan zich meer betrokken te voelen bij de situatie in Afrika. Er is ook nog één persoon die aangeeft nu meer te weten over het project van dit team (de creatieve training in Afrika) maar dit was geen doelstelling van de avond. De grootste verandering bij deelnemers lijkt dus te liggen op het terrein van kennisoverdracht rondom hiv/aids in Afrika.

Het team heeft als onderdeel van de Most Significant Change methodiek alle antwoorden doorgelezen en gekozen welk antwoord het best verwoordt wat ze wilden bereiken bij hun toehoorders. Het volgende verhaal is geselecteerd door het team: *'Sterker gevoel van vrouw-zijn. Meer kennis over de achtergrond van vrouwen in Afrikaanse landen en begrip voor hun situatie. Waardering voor de kunst- en theater technieken die toegepast kunnen worden in dit soort situaties'*. Het team wilde vooral een gevoel van verbondenheid met Afrikaanse vrouwen creëren bij Nederlandse vrouwen en dit antwoord sluit voor hen het meest aan bij dit doel.

### **Toepassing van kennis**

Omdat uit de evaluatie van de trainees zelf al bleek dat kennisoverdracht goed gerealiseerd was, is bij deze groep deelnemers niet gevraagd of de doelstelling van kennisoverdracht gerealiseerd was. In plaats daarvan is gevraagd of deelnemers deze kennis waardevol vonden en of ze de kennis het afgelopen jaar hebben gebruikt. De kennisoverdracht die op deze avonden centraal stond, staat redelijk ver af van het dagelijkse leven in Nederland. Vier van de twaalf respondenten, zegt niets met de kennis gedaan te hebben. De overige deelnemers aan de avond hebben het vooral gebruikt in gesprekken met anderen (5 keer genoemd). Eén deelnemer geeft aan dat ze het gebruikt in gesprekken met haar kinderen en een ander dat ze de oefening die tijdens de avond werd gedaan haar helpt om nee te zeggen in haar eigen leven. Deelnemers vonden de kennis waardevol omdat het hen meer begrip geeft of hun wereldbeeld aanscherpt.

Uit de drie interviews blijkt dat respondenten voorafgaand aan de avond al een interesse hadden in Afrika of in het thema. Zo zegt een deelnemer *'Ik vond het thema erg interessant, het sprak me aan. Ik geloof erg in die kleinschalige projecten. Ik heb zelf een klein bedrijfje en sponsor af en toe van die kleine initiatieven. Afrika en aids worden door veel mensen als een jaren '90 probleem gelabeld, maar deze onderwerpen zijn nog steeds actueel'*. Het feit dat ze de initiatiefnemers kenden, stimuleerde hen om deel te nemen, al geven twee van de drie respondenten aan dat ze ook zonder dat persoonlijke contact mogelijk wel waren gegaan. De avonden waren erg laagdrempelig en uitnodigend met

Afrikaanse muziek en hapjes, creatieve onderdelen etc. De deelnemers vonden ook dat de kracht van de avonden was dat het heel concreet en praktisch werd gemaakt met oefeningen. Een *deelnemer* 'Wat echt indruk op me maakte, waren de rollenspellen die we aan het einde deden in groepjes van drie. Twee die spelen en één die observeerde. Je moest dan bijvoorbeeld tegen je vriend zeggen dat je geen seks zonder condoom wilde als hij er geen bij zich had. Dat echt oefenen dat was wel indrukwekkend, omdat je dan past snapt hoe moeilijk het soms kan zijn'. De kennisoverdracht was niet saai en passief, maar had een activerend element in zich. Hoewel het thema dus wel relatief ver af staat van de deelnemers, waren de avonden zo ingericht dat het heel dichtbij kwam en door deelnemers zelf werd ervaren wat het betekende om met dit onderwerp als (Afrikaanse) vrouw geconfronteerd te worden. De deelnemers hebben om die reden ook geen aanbevelingen hoe de avonden beter ingericht hadden kunnen worden. Ze vonden het heel aansprekend, concreet en praktisch.

### 5.3.3. Mix & Match Festival

---

#### Het Mix & Match Festival

Dit team heeft in februari 2014 een festival georganiseerd waar asielzoekers en niet-asielzoekers met elkaar in contact komen, om zo ervoor te zorgen dat zij een positiever beeld van elkaar krijgen. Het team wilden de tolerantie van beide kanten bevorderen. Het festival trok 280 bezoekers. Het team heeft via een nul- en nameting gekeken of deelnemers een ander beeld kregen. In het eindverslag wordt niet heel erg duidelijk hoe deze metingen zijn uitgevoerd, of deze alleen onder

Nederlanders of ook onder asielzoekers is afgenomen en wat de respons was. In het eindverslag wordt opgemerkt: 'Door middel van de enquête zijn we te weten gekomen dat mensen voorafgaand aan het festival bij het woord 'asielzoekers' vooral dachten aan: vluchtelingen, arm, oorlog, getinte mensen. Bij alle ingevulde enquêtes hebben we gezien dat het beeld van asielzoekers gelijk is gebleven of positiever is geworden'..

#### Bekendheid met doelstelling

Hoewel de doelstelling van het Mix & Match festival zich richtte op beeldvorming van Nederlanders en asielzoekers over en weer, zijn er door de trainees alleen emailadressen aangeleverd van Nederlanders. De vijf deelnemers die de vragenlijst hebben ingevuld refereren wat de doelstelling betreft vooral aan het in contact brengen van asielzoekers en Nederlanders. De achterliggende doelstellingen over het vergroten van tolerantie of het veranderen van beeldvorming over en weer worden niet genoemd. De deelnemers waardeerden het festival met een 8,2.

#### Belangrijkste verandering

Hoewel deelnemers beeldvorming niet als doelstelling noemen, blijkt dit voor drie deelnemers wel de belangrijkste verandering naar aanleiding van het project. Zo zegt een deelnemer '*Ik kijk nou heel anders tegen dat soort mensen aan, je begrijpt ze beter nu*'. Een ander zegt meer bewustwording te hebben van het leed van asielzoekers, een laatste is zich er meer bewust van geworden hoe belangrijk het is dat er leuke dingen gedaan worden voor asielzoekers.

De initiatiefnemers kiezen zelf voor het volgende antwoord dat zij als meest significant typeren en als best passend bij het vooraf geformuleerde resultaat: '*Ik ben anders naar asielzoekers gaan kijken. Vaak worden ze allemaal over één kam geschoren. Dit is fout. Wel vind ik dat we waakzaam moeten blijven en deze personen moeten helpen bij het inburgeren, bijvoorbeeld bij het leren van onze taal en ook hoe het er in Nederland aan toe gaat qua waarden en normen*'. Volgens de initiatiefnemers lijkt deze deelnemer een genuanceerder beeld te hebben gekregen van asielzoekers doordat hij via het Mix & Match festival met hen in aanraking is gekomen. Ook heeft deze persoon nagedacht over manieren waarop de positie van asielzoekers in onze maatschappij kan worden verbeterd.

## Veranderd beeld van asielzoekers

Tot slot is gevraagd of de doelstelling van het Mix & Match festival is behaald, dus of hun beeld van asielzoekers is veranderd. Nu hier heel concreet naar gevraagd wordt, geven dezelfde drie die in de open vraag aangeven hun beeld te hebben aangepast, hier bevestigend antwoord op. De twee anderen vinden van niet met als reden dat ze al een duidelijk beeld hadden van asielzoekers.

Uit het aanvullend interview met één deelnemer van het Mix & Match festival blijkt dat ook hier het persoonlijke contact met het organiserend team aanleiding was om aan het festival deel te nemen. Zonder dat persoonlijke contact was de deelnemer niet gekomen, zeker omdat het festival niet in de buurt van de eigen woonplaats werd gehouden. De methodiek van het Mix & Match festival werkte goed doordat beide groepen, asielzoekers en Nederlanders, heel ontspannen via activiteiten met elkaar in contact kwamen. Daarnaast was er ook ruimte voor persoonlijke gesprekken. Door zelf een keer in zo'n AZC te komen en met asielzoekers in gesprek te raken en dingen te doen, kunnen deelnemers een eigen oordeel van de situatie maken in plaats van te leunen op de dominante vaak negatieve beeldvorming uit de media, zo vindt de respondent. Hij zegt hierover *'Je realiseert je even dat het gewoon mensen zijn, die ook iets in het leven willen bereiken. De situatie is triest, een kamp met een hek erom heen, mensen die daar al jaren wonen, heel veel culturen bij elkaar, geen mogelijkheden om te integreren of dingen te doen in de Nederlandse samenleving. Ik me kan me wel voorstellen dat mensen daardoor opportunistisch raken'*. De deelnemer werd geraakt door de uitzichtloosheid van de situatie, met name voor kinderen, die daar vaak lang zitten en weinig mogelijkheden krijgen. De deelnemer vindt dat dergelijke kleinschalige activiteiten, zoals dit Mix & Match festival, heel goed werken: *'Het zijn kleine olievlekjes in de maatschappij, zulk soort projecten. Ik kan op mijn beurt nu weer andere verhalen vertellen over asielzoekers. Als zulk soort initiatieven niet gebeuren, mist de samenleving wel iets'*.

## 5.4. Conclusie

Om meer inzicht te krijgen in (langdurige) effecten van activiteiten die door Changemaker trainees zijn georganiseerd in 2013, is een aanvullend onderzoek uitgevoerd bij de deelnemers aan de activiteiten. De beperking van dit deelonderzoek is dat het om een zelf ingeschatte verandering gaat bij een selectieve groep deelnemers bij drie 'geslaagde' projecten. Een selectie-effect is daardoor mogelijk wel aanwezig. Drie activiteiten zijn onderzocht. De actie '(H)eerlijks voor de verandering' daagde deelnemers uit een maand duurzaam te eten. De trainees 'Women in action against hiv/aids' nodigden Nederlandse vrouwen uit voor een Afrikaanse avond om kennisoverdracht over hiv/aids te realiseren. Via het Mix & Match festival werden Nederlanders en asielzoekers met elkaar in contact gebracht om de beeldvorming over en weer aan te passen.

Aan deelnemers is via een vragenlijst met vooral open vragen gevraagd wat men nog wist van de activiteit en of/hoe deelname aan die activiteit ze heeft veranderd. Deelnemers kunnen een jaar na dato over het algemeen goed benoemen wat de doelstelling van het project was. Wel valt op dat gerefereerd wordt naar de inhoud van de activiteit (het in contact brengen van twee doelgroepen) maar minder naar het veranderen van de eigen beeldvorming.

Gevraagd naar de belangrijkste verandering door deelname aan de activiteit, vindt het merendeel (meer dan 70 procent in alle drie de projecten) van de deelnemers een jaar na dato dát ze zijn veranderd. Vaak wordt dan ook een verandering genoemd die werd beoogd (53% van de deelnemers van '(H)eerlijks voor de verandering', 75% van de deelnemers van 'Women in action against hiv/aids' en het merendeel van de deelnemers van het Mix & Match festival). Al met al kan geconcludeerd worden dat de activiteiten bij meer dan de helft van deelnemers lijken te leiden tot een langdurige (gewenste) verandering. Uit de interviews wordt duidelijk dat deelnemers al wel vaak, voordat zij deelnamen, een interesse in het desbetreffende onderwerp hebben. Daarnaast blijkt dat de laagdrempeligheid van de activiteiten, de persoonlijke benadering en de concreetheid van de activiteiten elementen zijn die het succes van dergelijke activiteiten vergroten.

## 6. SAMENVATTING EN CONCLUSIES

Edukans, ICCO/Together en World Servants organiseren internationale projectreizen voor jongeren. Aan deelnemers bieden zij daarna de mogelijkheid van een vervolgtraject waarin jongeren een eigen initiatief kunnen starten in de Nederlandse samenleving. Deze initiatieven staan in dit evaluatieonderzoek centraal. Het traineeship is onderdeel van het programma Changemaker Nederland, dat wordt gesubsidieerd via de Subsidiefaciliteit Burgerschap en Ontwikkelingssamenwerking (SBOS). Het doel van dit evaluatie onderzoek is om de effecten van de jongereninitiatieven op de sociale omgeving in kaart te brengen.

In het najaar van 2014 is het laatste traineeship van start gegaan. De drie initiatieven die hieruit zijn voortgekomen - en de uitwerking op mensen die met deze initiatieven in aanraking komen – zijn onderzocht via een *mixed method* aanpak van zowel kwalitatieve als kwantitatieve methoden. Daarnaast zijn nog drie initiatieven van een eerdere Changemaker traineeship uit 2013 via kwalitatieve methoden onderzocht. In dit hoofdstuk worden de uitkomsten van het onderzoek gepresenteerd.

Een belangrijke eerste constatering is dat de activiteiten die door de trainees zijn georganiseerd heel divers van aard zijn, zowel qua doelstelling, activiteit als doelgroep. Het is om die reden niet mogelijk om één algemene conclusie te trekken over of en hoe deelnemers veranderen door deelname aan die activiteiten. Op de vraag of het evaluatieonderzoek heeft aangetoond of deelnemers veranderen is het antwoord: soms (deels) wel en soms niet, afhankelijk van de activiteit, de doelstelling en ook de kwaliteit van het evaluatieonderzoek. Om die reden wordt in dit hoofdstuk per activiteit kort gerapporteerd wat de effecten op deelnemers zijn.

### **Umwana Wimana**

Het team Umwana Wimana heeft presentaties en workshops bij kerken en groepen gegeven aan de hand van ervaringen die zij in hun reis hebben opgedaan. Het team heeft met vijftien bijeenkomsten in totaal 2.145 personen bereikt en €2569,85 ingezameld. Uit het onderzoek middels een voor- en nameting blijkt dat het team Umwana Wimana met de presentaties geslaagd is om toehoorders te veranderen qua houding en kennis. Na afloop zijn de toehoorders positiever over het nut van ontwikkelingssamenwerking en hebben ze meer compassie voor kinderen in moeilijke situaties. Ook is hun ingeschatte kennis over de situatie in Rwanda toegenomen en weten ze vaker wat ze zelf kunnen doen om mensen in arme landen te helpen. Toehoorders zijn vooral onder de indruk van het persoonlijke karakter van de presentaties van het team. Dit zorgt er volgens hen voor dat zij meer geraakt worden door het verhaal. Als gevraagd wordt naar de belangrijkste verandering bij henzelf naar aanleiding van de presentaties, geven toehoorders vooral aan meer af te weten van de situatie in Rwanda en dat ze geïnspireerd zijn geraakt rondom het thema vergeving/liefde.

### **Project Kernkwaliteiten**

Dit team heeft een twee uur durende les rondom kernkwaliteiten aan 178 kinderen gegeven om basisschoolleerlingen meer te betrekken bij een betere wereld en kennis over te dragen over kinderrechten en het belang ervan. Een ander doel was om kinderen hun kernkwaliteiten te laten ontdekken en *flow* te laten ervaren. Via nul- en nametingen is nagegaan of kinderen na afloop van de les meer betrokken waren bij de wereld of meer kennis hadden van kinderrechten. De respons op de nameting van met name kinderrechten was erg laag, waardoor het lastig is om conclusies te trekken. Uit het onderzoek blijkt dat er nauwelijks effecten van de les aantoonbaar zijn bij kinderen die aan de les hebben deelgenomen. De lage respons op de nameting zou overigens ook een oorzaak kunnen zijn dat geen effecten zijn gevonden. Daarnaast waren de ambities van dit team ook vrij groot. Niet alleen kinderrechten en wereldburgerschap, ook kernkwaliteiten en *flow* werden als doelstelling benoemd. Kinderrechten en wereldburgerschap leken minder concreet ingevuld tijdens de les. Het is



goed mogelijk dat er minder effect is gesorteerd bij kinderen doordat er in relatief korte tijd veel verschillende doelen gerealiseerd moesten worden.

### **De actie Upendo**

Dit team startte een actie, Upendo, om deelnemers via een duurzame maaltijd met andere mensen in contact te laten komen. De actie had twee doelen, namelijk deelnemers te stimuleren in het dagelijks leven duurzamer te gaan eten en deelnemers uit te dagen zich meer open te stellen voor hun medemens. Deelnemers zijn gevraagd of ze zijn veranderd door de actie (een nul- en nameting was bij deze actie niet mogelijk). Een deel van de deelnemers geeft aan te zijn veranderd door de actie, zowel qua kennis, houding als (toekomstig) gedrag. Het lijkt er op dat Upendo-deelnemers zich meer bewust zijn van duurzaamheid dan de gemiddelde Nederlander. Daarnaast geeft circa twee vijfde aan meer kennis te hebben opgedaan over duurzaam eten, zegt vaker in de supermarkt te kijken of een product duurzaam is en is meer gaan nadenken over duurzaamheid. Twintig procent zegt niet van mening te zijn veranderd door de Upendo-maaltijd. Een deel van de deelnemers wil toekomstig gedrag aanpassen dankzij deze Upendo actie: 36 procent wil meer fairtrade producten kopen en 46 procent wil vaker vegetarisch eten. Uit aanvullende analyses blijkt dat deelnemers die tijdens de maaltijd hebben gepraat over duurzaamheid, vaker aangeven te zijn veranderd dan deelnemers die niet hebben gepraat over duurzaamheid. Dit laatste was bij meer dan de helft van de deelnemers het geval. Als bij alle maaltijden over duurzaamheid was gepraat, was het effect van de actie mogelijk groter geweest.

### **Eerdere projecten van Changemaker trainees**

Om meer inzicht te krijgen in (langdurige) effecten van activiteiten die door Changemaker trainees zijn georganiseerd in 2013, is een aanvullend onderzoek uitgevoerd. Deelnemers aan activiteiten van een jaar geleden hebben een korte vragenlijst met vooral open vragen ingevuld. Daarnaast zijn een aantal aanvullende interviews uitgevoerd. De beperking van dit deelonderzoek is echter wel dat het om een zelf ingeschatte verandering gaat bij een selectieve groep deelnemers bij drie succesvolle projecten. Een selectie-effect is daardoor mogelijk wel aanwezig. Drie activiteiten zijn onderzocht. De actie '(H)eerlijks voor de verandering' daagde deelnemers uit een maand duurzaam te eten. De trainees 'Women in action against hiv/aids' nodigden Nederlandse vrouwen uit voor een Afrikaanse avond om kennisoverdracht over hiv/aids te realiseren. En tot slot werden Nederlanders en asielzoekers via het Mix & Match festival met elkaar in contact gebracht om de beeldvorming over en weer aan te passen.

Al met al kan geconcludeerd worden dat bij meer dan de helft van deelnemers de activiteiten lijken te leiden tot een langdurige (gewenste) verandering. Deelnemers kunnen een jaar na dato over het algemeen goed benoemen wat de doelstelling van het project was. Het merendeel (meer dan 70 procent in alle drie de projecten) van de deelnemers vindt een jaar na dato dát ze zijn veranderd. Vaak wordt dan ook een verandering genoemd die werd beoogd (53% van de deelnemers van '(H)eerlijks voor de verandering', 75% van de deelnemers van 'Women in action against hiv/aids' en het merendeel van de deelnemers van het Mix & Match festival). Uit de interviews wordt duidelijk dat deelnemers al wel vaak, voor dat zij deelnamen, een interesse in het desbetreffende onderwerp hebben.

### **Tot slot**

De activiteiten die in het kader van dit onderzoek zijn onderzocht, zijn beperkte interventies, zoals een korte presentatie, een les van twee uur of een avond. Het valt niet te verwachten dat hier hele grote of langdurige veranderingen mee te bewerkstelligen zijn. Uit dit onderzoek blijkt echter wel dat dergelijke kleinschalige initiatieven de potentie hebben om deelnemers te veranderen. Bij het project Umwana Wimana zien we houdingsverandering optreden. Bij de Upendo-actie rapporteren deelnemers zelf een kennis, houding en (toekomstig) gedragsverandering. Bij het kwaliteitenproject worden geen veranderingen geconstateerd. Op basis van het onderzoek onder eerdere projecten van trainees uit 2013 lijkt het erop dat veranderingen langdurig zijn. De beperking van deze laatste



bevinding is wel dat dit om een zelf ingeschatte verandering gaat bij een selectieve groep deelnemers. Bij de verschillende activiteiten worden niet veel ongeplande effecten gevonden. Bij de Upendo-actie blijkt dat mensen zich geïnspireerd voelen om meer dingen te gaan delen, bij het project Kernkwaliteiten lijkt er bij sommige scholen iets meer aandacht te komen voor wereldburgerschap. Het feit dat er weinig ongewenste verandering zijn gesignaleerd, kan aan de onderzoeksmethodiek liggen, maar mogelijk treden er ook weinig andere effecten op omdat het om vrij gerichte activiteiten gaat.

Geconcludeerd kan worden dat kleinschalige initiatieven die in het kader van het Changemaker traineeship zijn georganiseerd, de potentie hebben om deelnemers te veranderen. Al naar gelang de kwaliteit van de activiteit is dit ook deels gerealiseerd. Op die manier kunnen dergelijke activiteiten een waardevolle bijdrage leveren in de Nederlandse samenleving. Zoals een deelnemer dit verwoordde, kunnen dergelijke initiatieven als kleine olievlekjes werken die op heel lokaal niveau mensen beïnvloeden. De laagdrempeligheid van de activiteiten, de persoonlijke benadering en de concreetheid van de activiteiten zijn elementen die het succes van dergelijke activiteiten vergroten.

# LITERATUUR

Carabain, C., & Spitz, G. (2012). *Nederlanders & voedselzekerheid: Jonge en oudere Nederlanders over voedsel* (Vol. 1). Amsterdam: NCDO.

De Goede, I. (2012). *Kinderen & mondiaal Burgerschap. De visie van basisschoolkinderen op hun rol in de wereld* (Vol. 7). Amsterdam: NCDO.

Hogeling, L., & Van Gent, M. (2014). *Kinderen over kinderrechten* (Vol. 24). Amsterdam: NCDO.

# BIJLAGE 1 PROJECT UMWANA WIMANA

Overzicht bijeenkomsten van presentaties

Data	Kerkdienst/bijeenkomst	N	Opgehaald collectebedrag	Presentatie
Nov 2014	ZWO-dienst	200	Geen collecte**	Willemke*
Nov 2014	Gemeentedag Hervormde gemeente Willige Langerak.	150	€500	Carlein
Nov 2014	Catechisatie Hervormde gemeente Willige Langerak	40	Nog onbekend, inzameling loopt nog	Carlein
Nov 2014	Landelijke diaconale dag van Kerk in Actie	1.000	Geen collecte	Carlein, Willemke, Marieke
Dec 2014	Presentatie jeugddienst	15	Geen collecte**	Willemke
Dec 2014	Oproep gaven geven kerstcollectie	200	Geen collecte	Willemke
Dec 2014	Evangelische Gemeente te Oosterwolde in Friesland	50	€150	Willemke
Jan 2015	PKN Roden/Roderwolde, Catharinakerk te Roden	50	€159,85	Marieke
Jan 2015	Dispuutavond Luxor onderdeel van navigators studentenvereniging Rotterdam.	25	Geen collecte	Carlein
Jan 2015	kerkdienst	50	€170	Marieke
Jan 2015	Groninger Studentenplatform voor levensbeschouwing (GSp), Groningen	30	Geen collecte	Marieke
Feb 2015	Presentatie classis Drachten	20	Geen collecte	Willemke
Mrt 2015	ZWO-dienst	200	Geen collecte**	Willemke
Mrt 2015	Navigators vereniging	100	Geen collecte	Carlein
Apr 2014	Presentatie werkgroep Bewustmaking	15	Geen collecte	Willemke

\* Willemke is vanuit een nevenfunctie (lid van werkgroep Zending, Werelddiaconaat en Ontwikkelingssamenwerking) gevraagd bij vier bijeenkomsten een presentatie te geven. Daardoor is haar bereik groter geweest dan vooraf gedacht.

\*\* bij deze diensten is er wel een collecte voor Mwana Ukundwa gehouden, maar deze verliep via Kerk in Actie en niet via het project Umwana Wimana. Om die reden zijn hier geen bedragen genoemd.

## BIJLAGE 2 KWALITEITENPROJECT

Overzicht van scholen en respons vragenlijst

Klas	Totaal (n)	Wereldburgerschap respons (n)		Kinderrechten respons (n)	
Groep 8 Het Jongleren	34				
Groep 7 Het Jongleren	23	11	5	3	6
Groep 6 Het Jongleren	28	2	7	4	6
Groep 5/6 De Diamant	12				
Groep 7/8 De Diamant	17	10	0	7	0
Groep 7/8 De Prinses Margrietschool	22	10	16	11	1
Groep 6/7 Prinses Margrietschool	21	11	0	13	0
BSO Fantaziehuis	10				
Groep 7 en 8 Van Houtenseschool	11	6	6	6	3
<b>Totaal</b>	<b>178</b>	<b>50</b>	<b>34</b>	<b>44</b>	<b>16</b>