

Aanleiding

Bij World Servants vertellen we graag over de impact van ons werk. Zaken die we bereiken in het zuiden, zoals nieuw perspectief, nieuwe vaardigheden en nieuwe culturele kennis bij de mensen uit de lokale gemeenschap, maar ook over effecten op deelnemers. Voorbeelden van vaak genoemde effecten zijn dat deelnemers maatschappelijker actief worden, duurzamer consumeren en dat het geloof meer betekenis voor hen krijgt. We presenteren die effecten vaak bij presentaties, op onze website en bij subsidieaanvragen, om duidelijk te maken dat een project met World Servants echt meerwaarde heeft.

Van deze effecten in het noorden weten we dat ze optreden door kwalitatief onderzoek: deelnemers vertellen in gesprekken over hoe een ervaring in een ontwikkelingsland hun leven veranderd heeft. Zo'n kwalitatieve methode geeft een goede indicatie van welke effecten er zoal optreden en over hun mechanisme ('hoe heeft het World Servants-project ervoor gezorgd dat het geloof meer voor je is gaan betekenen?'), maar zegt niets over de grootte van het effect. Bovendien werkt een kwalitatieve methode sociaal wenselijke antwoorden in de hand. Daarom is World Servants in 2014, naast de kwalitatieve methoden, ook gestart met een kwantitatieve methode om de impact van projecten te meten.

Dataverzameling

Sinds 2015 vullen deelnemers aan een World Servants-project zowel voor hun vertrek als een jaar na terugkomst een vragenlijst in. Daarin vertellen ze onder anderen over hoeveel vrijwilligerswerk ze doen, hoe ze denken over andere culturen, hun geefgedrag, hun zelfvertrouwen, hoe ze consumeren en over hun toekomstplannen.

De nulmeting hebben de deelnemers in 2015 en 2016 hardcopy ingevuld aan het begin van hun voorbereidingsweekend, gemiddeld drie maanden voor hun project. Vanaf 2017 vullen deelnemers deze online in, in het voorjaar voorafgaand aan hun project. De één-meting vullen deelnemers digitaal in, een jaar na afloop van hun project.

Analyse

Bij de één-meting kan sprake zijn van een selectieve respons, omdat het niet verplicht is deze in te vullen. Zo kan het gebeuren dat er meer leiders, oudere of juist jongere deelnemers in de steekproef terecht gekomen. Daarom wordt bij de analyse steeds een bepaalde groep deelnemers met elkaar vergeleken.

In de analyse worden vijf segmenten deelnemers onderscheiden:

- Niet-leiders;
- Nieuwe deelnemers;
- Deelnemers jonger dan 19 jaar;
- Deelnemers jonger dan 24 jaar;
- Deelnemers jonger dan 19 die voor het eerst aan een project deelnemen.

Om te ontdekken in hoeverre deelnemers daadwerkelijk veranderen op de gemeten factoren, zijn twee verschillende toetsen uitgevoerd.

1. Een t-toets met ongepaarde variabelen. Door 1062 deelnemers werd de vragenlijst voor of na hun project ingevuld. Door de antwoorden op de nulmeting en één-meting met elkaar te vergelijken kan worden vastgesteld of deelnemers die een project met World Servants hebben gedaan anders in het leven staan dan deelnemers die dat nog niet hebben gedaan.

2. Een t-toets met gepaarde variabelen. Door 129 deelnemers werd de vragenlijst zowel voor als na hun project ingevuld. Door hun antwoorden op de nulmeting en één-meting met elkaar te vergelijken kan direct worden vastgesteld of ze bijvoorbeeld duurzamer consumeren of meer vrijwilligerswerk doen. Het voordeel van deze toets is dat er een kleinere steekproef nodig is om uitspraken over effecten te kunnen doen.

In de onderstaande tabel is zichtbaar hoeveel respondenten er per segment in de steekproef zitten.

	Totaal	Niet-leiders	Nieuwe deelnemers	19-	24-	19- & nieuw
Ongepaard-nulmeting	661	437	574	404	577	312
Ongepaard-één-meting	396	219	301	167	303	137
Gepaard-nulmeting & één-meting	129	114	80	78	112	60

Bevindingen

Uit de analyse van de cijfers komen interessante resultaten naar boven. Hierna worden die gegroepeerd per onderwerp.

Vrijwilligerswerk

- Deelnemers doen na hun eerste project 25% meer vrijwilligerswerk in de kerk: gemiddeld 24 minuten per week meer dan voordat ze op project gingen (N P <.000, 1,59 > 1,99 uur per week).

Duurzame consumptie

- Jongeren vinden na hun project duurzaam geproduceerde kleding belangrijker. Dit geldt met name voor jongeren in de leeftijdscategorie 20-24 (24- P <.056).
- Jongeren vinden na hun project duurzaam geproduceerd eten belangrijker (19- P <.049, 24- P <.032).
- Jongeren beantwoorden de stelling 'over het algemeen ga ik zuinig om met water en energie' significant positiever. De score is 10% hoger nadat ze op project zijn geweest (24- P <.034). Ook zeggen ze vaker plastic tasje her te gebruiken (24- P <.003).

Geloof

- Jongeren die op project zijn geweest geven vaker aan dat het geloof betekenis voor hen heeft. Jongeren met projectervaring beantwoorden de stelling 'het geloof speelt in mijn dagelijks leven een belangrijke rol' 16% hoger (19- P <.008, 24- P <.000).

Geefgedrag

- Tieners geven na hun eerste project aan meer geld te geven aan goede doelen. Ze beantwoorden de stelling 'Ik geef regelmatig geld aan goede doelen' 18% hoger. (19- + N P <.038, 19- <.033 (15%)).

Zelfvertrouwen & maatschappij

- Jongeren met projectervaring geven aan meer zelfvertrouwen te hebben dan jongeren die nog geen World Servants-project hebben meegemaakt (24-, $P < .044$).
- Jongeren geven na hun project aan vaker te spreken over wat er speelt in de samenleving (24- $P < .025$, 19- $P < .48$).
- Tieners geven na hun project aan dat ze meer in staat denken te zijn een bijdrage te kunnen leveren aan het verbeteren van de samenleving (24- $P < .029$).

Wereldbeeld & andere culturen

- Tieners die voor het eerst op project zijn geweest, zeggen na hun project vaker dat Nederlanders zouden kunnen leren van mensen in ontwikkelingslanden (19-, $P < .024$).
- Jongeren voelen zich na hun project sterker betrokken bij mensen in ontwikkelingslanden (N $P < .006$, 24- $P < .047$, 19- $P < .030$).

Conclusies

Al met al wijzen de cijfers er op dat een World Servants-project in allerlei opzichten een reële impact heeft op de levens van de jongeren die deelnemen. Ze gaan meer vrijwilligerswerk doen in de kerk en het geloof wordt belangrijker voor hen, willen duurzamer consumeren, zijn meer betrokken bij ontwikkelingswerk en zetten dat kracht bij in hun geefgedrag, ze hebben meer zelfvertrouwen en zijn maatschappelijk meer betrokken.

Mogelijkheden voor vervolgonderzoek

Voor World Servants bieden deze cijfers een mooie kans om de Social Return on Investment (SROI) uit te rekenen. De SROI is een kengetal dat aangeeft welke maatschappelijke opbrengst een project (financieel) heeft, afgezet tegen de investering.

Binnen de verzamelde data zijn de mogelijkheden voor vervolgonderzoek legio. Zo wordt er nu nog geen onderzoek gedaan naar de invloed van bijvoorbeeld geslacht, bestemming, herkomstgebied en opleidingsniveau. In de dataset rapporteren deelnemers ook nog hun plannen voor het beroep in de toekomst. Er zou ook nog onderzoek kunnen worden gedaan naar de invloed van het project daar op. Dat past niet in de huidige toetsingsmethode.

Hoewel het bij de meeste effecten redelijk voor de hand lijkt te liggen, is het de moeite waard om theoretisch of kwalitatief onderzoek te doen naar het mechanisme waarmee de effecten tot stand komen. Met meer kennis daarover kan het proces van verandering worden geoptimaliseerd, waardoor de effecten in nog grotere mate op kunnen treden.