

2019/2020



# Het effect in beeld

Maatschappelijke meerwaarde rapportage  
Beeldbrengers



HAN UNIVERSITY  
OF APPLIED SCIENCES



NIMMA  
MEDIA

***Plaats en datum:***

**Nijmegen, 15 januari 2020**

***Projectbegeleider(s):***

**Joos Meesters (Civil Society Lab)**

***Studenten:***

**Kris van Middelaar (583392)**

**Diederik Groeneveld (585651)**

**Eveline van Rijswijk (644649)**

***Opdrachtgever:***

**Robin van Wees**

*Document: Eindverslag Beeldbrengers maatschappelijke meerwaarde rapportage*

*Versie: 1*

*Datum: 15 januari 2020*

*Auteurs: Kris van Middelaar, Diederik Groeneveld en Eveline van Rijswijk*

*E-mailadressen: [KHMvanMiddelaar@student.han.nl](mailto:KHMvanMiddelaar@student.han.nl);*

*[hdjgroeneveld@gmail.com](mailto:hdjgroeneveld@gmail.com); [evelinevr@outlook.com](mailto:evelinevr@outlook.com)*

*Studentnummers: 583392, 585651 en 644649*

*Opleidingen: Sociaal Pedagogische Hulpverlening, Finance & Control en International Development Management*

*Projectbegeleider: Joos Meesters (Civil Society Lab)*

*E-mailadres: [Joos.Meesters@han.nl](mailto:Joos.Meesters@han.nl)*

*Hogeschool: de hogeschool van Arnhem en Nijmegen*

*Adres: Professor Molkenboerstraat 3, 6524 RN Nijmegen*

*Opdrachtgever: Robin van Wees*

*E-mailadres: [robin@nimma.nl](mailto:robin@nimma.nl)*

*Organisatie: Beeldbrengers TV*

*Adres: Van Berchenstraat 3, 6511 BA Nijmegen*

## Voorwoord

---

Beste lezer,

Dit eindverslag vormt het eindresultaat van onze minor Stad&Land en Civil Society aan de hogeschool van Arnhem en Nijmegen te Nijmegen. Het eindverslag geeft inhoud rondom het maken van het maatschappelijke meerwaarde rapportage voor Beeldbrengers. De minoropdracht is uitgevoerd in opdracht van Beeldbrengers (onderdeel van Nimma Media) en is geschreven in het kader van de minor Stad&Land en Civil Society aan de hogeschool van Arnhem en Nijmegen te Nijmegen. Van 12 september 2019 tot en met 15 januari 2020 zijn wij bezig geweest met het onderzoek.

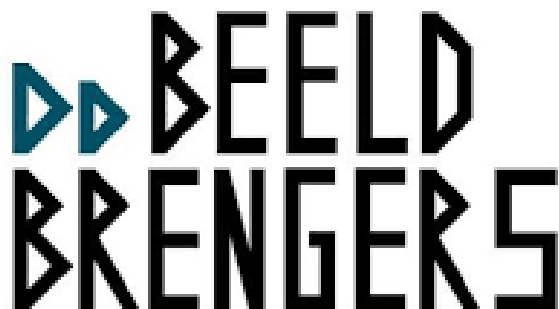
Het rapport is gericht aan onze minordocenten Joos Meesters en Dort Spierings en onze opdrachtgever Robin van Wees. In het eindverslag wordt beschreven wat de opzet is van het onderzoek. Daarnaast is een onderzoeksdoel en onderzoeksvraag opgesteld. Aan de hand van de verzamelde onderzoeksresultaten zijn wij tot een aantal conclusies gekomen. In het laatste hoofdstuk staan de aanbevelingen voor Beeldbrengers.

Graag willen wij vooraf enkele mensen bedanken. Allereerst onze opdrachtgever, Robin van Wees, die ons heeft geholpen bij de probleemstelling en de ondersteuning voor het uitvoeren van het onderzoek. Verder willen wij onze minordocent Joos Meesters bedanken, voor de ondersteuning bij het opstellen van het eindverslag en de ondersteuning tijdens het onderzoek. Al deze personen hebben ons geholpen bij het volbrengen van ons eindverslag.

Wij wensen jullie veel leesplezier toe.

Eveline van Rijswijk, Kris van Middelaar en Diederik Groeneveld

Nijmegen, 6 januari 2020



BEELD  
BRENGERS

## Samenvatting

---

Het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft in het kader van Maatschappelijke Diensttijd besloten Beeldbrengers te ondersteunen, als één van de proeftuinen. Beeldbrengers is een project waar jongeren tussen de 14 en 23 jaar wekelijks een aflevering maken voor de streekomroep RN7. De jongeren leren hiermee vaardigheden op het gebied van media en het verbreden van hun horizon, het leren kennen van nieuwe mensen, het opdoen van ideeën, het innemen van standpunten en het opdoen van ervaringen die nuttig zijn voor hun beroepsoriëntatie.

De aanleiding voor het onderzoek is dat Nimma Media graag wil onderzoeken welke effecten de wekelijkse afleveringen hebben op de betrokken jongeren bij het maken van de aflevering, de geportretteerden en kijkers. De vraag is wat de afleveringen van de streekomroep RN7 bijdraagt aan de maatschappelijke ontwikkeling van de jongeren en de invloed dat het programma heeft op de kijkers en geportretteerden.

De doelstelling van het onderzoek is het in kaart brengen van de maatschappelijke meerwaarde van de proeftuin Beeldbrengers. Daarnaast is het van belang voor Beeldbrengers om inzicht te krijgen in de effecten die de proeftuin oplevert voor de deelnemende jongeren, geportretteerden en kijkers.

Door te kijken naar de aanleiding en de doelstelling van het onderzoek, kan de hoofdvraag bepaald worden. De hoofdvraag van het onderzoek luidt als volgt: ***“Wat is de maatschappelijke meerwaarde van het project Beeldbrengers voor de deelnemende jongeren, de geportretteerden en de kijkers?”***.

De deelvragen gaan verder in op de hoofdvraag en geven uiteindelijk antwoord op de hoofdvraag. De deelvragen zijn als volgt beschreven:

1. Hoe kan de maatschappelijke meerwaarde van beeldbrengers meetbaar en zichtbaar worden gemaakt?
2. Welke leerervaringen hebben jongeren na deelname bij Beeldbrengers?
3. Wat is de impact van de producties die Beeldbrengers maken op de geportretteerden?
4. Wat is de impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker?

De onderzoekers kunnen door intern en extern deskresearch en kwalitatief- en kwantitatief fieldresearch erachter komen wat de maatschappelijke meerwaarde is van de proeftuin Beeldbrengers. De onderzoekers hebben focusgroep sessies gehouden met de deelnemende jongeren bij Beeldbrengers. Daarnaast zijn narratieve interviews afgenomen met de geportretteerden. Als laatst hebben de onderzoekers een kijksessie georganiseerd voor een groep studenten.

Verder is tijdens het onderzoek gebruik gemaakt van de maatschappelijke kosten-baten analyse. Door de hulp van de effectenarena en de Social Return on Investment is de maatschappelijke meerwaarde in kaart gebracht.

### Scenario's

Voor de scenario's is gekeken naar de toekomstvisie van Beeldbrengers. In het onderzoek is uitgegaan van drie scenario's. De scenario's zijn als volgt:

- Volgens het eerste scenario zal binnen de organisatie niks veranderen en blijft het zoals het nu is (het nul-alternatief)
- Volgens het tweede scenario zal de organisatie meer inspelen op vrijwilligersorganisaties en de gemeente Nijmegen
- Volgens het derde scenario wordt de vernieuwde aanpak ingevoerd voor het intakegesprek en zal de maatschappelijke meerwaarde rapportage in kaart worden gebracht (projectalternatief)

Per scenario is gekeken naar de ontwikkelingen op het gebied van de DESTEP-factoren. Bestaand uit demografisch, economisch, sociaal-cultureel, technologisch, ecologisch en politiek-juridisch.

### **Draagvlak**

Bij draagvlak wordt ingegaan op de zaken die de studenten hebben gebruikt om ondersteuning en goedkeuring van de belanghebbenden te ontvangen. De studenten hebben verschillende dingen ingezet om draagvlak te creëren voor de vernieuwde aanpak: een focusgroep sessie, het implementeren van de effectenster bij de intake, de aanwezigheid van de studenten op de woensdag, de interviews met de geportretteerden en het stimuleren van de co-creatie met de Beeldbrengers. Om in de toekomst nog meer draagvlak te creëren kan geïnvesteerd worden in het langer openblijven van Jongeren Stip en het faciliteren van teambuilding bijeenkomsten.

### **Conclusie**

Uit het onderzoek is gebleken dat de **deelnemende jongeren** zich ontwikkelen op de thema's 'vaardigheden' en 'de omgeving leren kennen'. Bij sociale aspecten, emotionele aspecten, participatie en oriëntatie op de toekomst is vooruitgang waargenomen. De deelnemers voelen zich meer open, kunnen beter samenwerken en bouwen meer zelfvertrouwen op. Daarnaast kunnen ze betere keuzes maken voor hun carrière, werken ze aan skills en talenten en doen de jongeren praktijkervaring op.

**De geportretteerden** mensen hebben door deelname een positief zelfbeeld gekregen, het gevoel gekregen dat ze gehoord worden en hebben een breed publiek bereikt tijdens deelname bij Beeldbrengers.

**De kijkers** hebben na het kijken van de aflevering over het algemeen geen ander beeld gekregen over de onderwerpen die in de aflevering werden behandeld. Een aantal kijkers gaf wel aan een andere mening te hebben gevormd over een bepaald onderwerp, na het zien van de aflevering.

Het project Beeldbrengers levert voor de maatschappij een **maatschappelijke meerwaarde** van ongeveer €32.000.000,- op. Hierbij is gekeken naar de baten en kosten van het project, waarbij de netto-contante waarde zijn teruggebracht naar het huidige basisjaar. De baten bestaan uit welvaartswinst, gezondheidswinst en sociale interventie en omgeving. De kosten bestaan uit alternatieve opbrengsten van het subsidiebedrag en de extra belasting van de subsidieverlening.

### **Aanbeveling**

In hoofdstuk 5 is aanbevolen om de vernieuwde aanpak van de effectenster door te voeren in de intakegesprekken. De effectenster bestaat uit zeven thema's die relevant zijn voor de doelgroep. Deze thema's laten de groei van de deelnemers zien door een voormeting te houden en een nameting. De doelstelling van de vernieuwde aanpak is om het groepsgevoel binnen Beeldbrengers te stimuleren en een goede sfeer op locatie te creëren. Het groepsgevoel kan worden gecreëerd door teambuilding activiteiten te ondernemen.

# Inhoudsopgave

---

|   |    |
|---|----|
| Colofon.....  | 1  |
| Voorwoord.....  | 1  |
| Samenvatting.....   | 1  |
| Hoofdstuk 1: Aanleiding onderzoek.....  | 7  |
| 1.1 Onderzoeksorganisatie.....  | 7  |
| 1.2 Signaal/vraag.....  | 7  |
| 1.3 Onderzoeksdoel.....   | 8  |
| 1.4 Onderzoeksvragen.....   | 8  |
| 1.5 Definities.....   | 9  |
| 1.6 Leeswijzer.....   | 9  |
| Hoofdstuk 2: Onderzoeksmethodiek.....   | 10 |
| 2.1 Stakeholder analyse.....  | 10 |
| 2.2 Doelgroep.....  | 11 |
| 2.3 Onderzoeksopzet.....  | 11 |
| 2.4 Scenario's.....   | 13 |
| 2.4.1 Low – niks veranderd.....   | 15 |
| 2.4.2 Mid – meer ondersteuning van vrijwilligersorganisaties en de gemeente Nijmegen..... | 16 |
| 2.4.3 High – de vernieuwde aanpak bij intake en meer groepsvorming.....                   | 17 |
| 2.5 Maatschappelijke meerwaarde.....  | 17 |
| 2.6 Draagvlak.....  | 18 |
| Hoofdstuk 3: Onderzoeksresultaten.....  | 20 |
| 3.1 Leerervaring jongeren na deelname.....  | 20 |
| 3.1.1 Sociale aspecten.....   | 21 |
| 3.1.2 Emotionele aspecten.....  | 22 |
| 3.1.3 Vaardigheden.....   | 22 |
| 3.1.4 Oriëntatie op de toekomst.....  | 23 |
| 3.1.5 Omgeving leren kennen.....  | 24 |
| 3.1.6 Kritisch burgerschap.....   | 24 |
| 3.1.7 Participatie.....   | 25 |
| 3.2 De impact van de producties van Beeldbrengers op de geportretteerden.....             | 26 |
| 3.2.1 Samenvatting.....   | 26 |
| 3.2.2 Conclusie.....  | 27 |

|   |    |
|---|----|
| 3.3 Impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker .....                           | 27 |
| 3.4 Maatschappelijke meerwaarde meetbaar en zichtbaar maken .....                         | 31 |
| 3.4.1 De probleemanalyse .....  | 32 |
| 3.4.2 Opstellen projectalternatief.....   | 32 |
| 3.4.3 Opstellen nul-alternatief.....  | 33 |
| 3.4.4 Bepalen van effecten en baten .....   | 33 |
| 3.4.5 Bepalen van de kosten .....   | 39 |
| 3.4.6 Risicoanalyse .....   | 40 |
| 3.4.7 Resultaten Maatschappelijke Kosten-Baten analyse.....                               | 41 |
| Hoofdstuk 4: Conclusie(s) .....   | 43 |
| 4.1 Conclusie: Leerervaring jongeren na deelname .....                                    | 43 |
| 4.2 Conclusie: De impact van de producties van Beeldbrengers op de geportretteerden ..... | 43 |
| 4.3 Conclusie: Impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker .....                | 44 |
| 4.4 Maatschappelijke meerwaarde meetbaar en zichtbaar maken .....                         | 45 |
| 4.5 Conclusie hoofdvraag.....   | 45 |
| Hoofdstuk 5: Aanbeveling.....   | 47 |
| Hoofdstuk 6: Discussie .....  | 48 |
| 6.1 Validiteit.....   | 48 |
| 6.2 Betrouwbaarheid .....   | 48 |
| 6.3 Controleerbaarheid.....   | 48 |
| 6.4 Verwachtingen .....   | 48 |
| 6.5 Beperkingen .....   | 49 |
| 6.6 Vervolgonderzoek.....   | 49 |
| Literatuurlijst.....  | 51 |
| Bijlagen.....   | 53 |
| Bijlage 1: Opzet focusgroep sessie.....   | 53 |
| Bijlage 2: Uitwerking interview Ante .....  | 55 |
| Bijlage 3: Uitwerking interview Yagmur.....   | 57 |
| Bijlage 4: Vragenlijst kijk sessie.....   | 58 |
| Bijlage 5: Draaiboek filmpje Beeldbrengers.....   | 60 |
| Bijlage 6: Advies-Zelfbeoordeling Diederik Groeneveld .....                               | 62 |
| Bijlage 7: Advies-Zelfbeoordeling Kris van Middelaar .....                                | 65 |
| Bijlage 8: Advies-Zelfbeoordeling Eveline van Rijswijk .....                              | 66 |
| Bijlage 9: Interviewguide.....  | 68 |
| Bijlage 10: de effectenster .....   | 70 |

## Hoofdstuk 1: Aanleiding onderzoek

### 1.1 Onderzoeksorganisatie

Afgelopen halfjaar hebben drie studenten van de minor Stad & Land en Civil Society meegelopen bij Beeldbrengers in Nijmegen. Beeldbrengers is een proeftuin dat is ontstaan vanuit het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Vanuit deze instantie ontvangt Beeldbrengers subsidie om haar werkzaamheden uit te voeren, het verlenen van de subsidie gebeurt vanuit ZonMW (een instantie die zorg en gezondheid financiert). De proeftuin dient als onderdeel van de maatschappelijke diensttijd en biedt de jongeren de kans om opzoek te gaan naar de beste versie van zichzelf. Bij Beeldbrengers lopen jongeren en jongvolwassene rond tussen de 14 en 23 jaar die zichzelf willen ontwikkelen op persoonlijk vlak, mediagebied en het uiten van zichzelf.

Wekelijks maken de jongerenprogramma's voor en door jongeren in Nijmegen en omgeving. De jongeren brengen alles in beeld wat leuk, interessant en belangrijk is, van een talkshow tot documentaires, van reportages, tot kookprogramma's. De afleveringen worden uitgezonden op RN7 en op het YouTube kanaal van Beeldbrengers. Daarnaast is Beeldbrengers onderdeel van Nimma Media en wordt bij haar werkzaamheden ondersteunt door Bindkracht10. De doelstellingen voor de jongeren bij Beeldbrengers is om talenten te ontdekken, van betekenis te zijn, nieuwe mensen te ontmoeten en keuzes te maken voor de toekomst (Beeldbrengers TV, 2019).



Afbeelding 1: locatie Beeldbrengers

### 1.2 Signaal/vraag

De studenten analyseren het signaal door middel van het 5XW+H-model. Het 5XW+H-model wordt ingezet om een beter beeld te krijgen over de vraag (van der Donk & van Lanen, 2015).

**Wat** is het probleem?

Het probleem van het onderzoek omvat het volgende: momenteel kan de proeftuin Beeldbrengers niet bewijzen dat ze voldoen aan de eisen van subsidie van ZonMW.

**Wie** heeft te kampen met het probleem?

De gehele organisatie Beeldbrengers heeft te kampen met het probleem. Voor het voortzetten van de uitzendingen is het van belang dat Beeldbrengers subsidie ontvangt van ZonMW. Voor het voortbestaan van de proeftuin is het van belang dat Beeldbrengers blijft voldoen aan de voorschriften van subsidieverlening. Daarnaast hebben veel deelnemende jongeren bij Beeldbrengers geen inzicht in de ontwikkelingen die zij doormaken bij Beeldbrengers.

**Wanneer** treedt het probleem op?



Het probleem doet zich in de toekomst voor wanneer ZonMW geen subsidie meer verleent. Indien Beeldbrengers geen subsidie meer ontvangt kan het haar activiteiten niet voortzetten, wat hoogstwaarschijnlijk het einde van de proeftuin betekend. Daarnaast treedt het probleem op bij elk intakegesprek met een nieuwe deelnemer. Het intakegesprek kan namelijk niet worden uitgevoerd volgens bepaalde richtlijnen, waardoor de deelnemer geen goed inzicht krijgt in zijn/haar leerontwikkeling binnen Beeldbrengers.

**Waarom** is het een probleem?

Het ontbreken van een maatschappelijke meerwaarde rapportage is een probleem, omdat momenteel de leereffecten voor de deelnemende jongeren nog niet in kaart zijn gebracht. Doordat de leereffecten voor de jongeren nog niet zijn weergegeven, voldoet Beeldbrengers momenteel niet aan de richtlijnen van MDT om subsidie te ontvangen vanuit ZonMW. Daarnaast wordt bij de intake weinig aandacht geschonken aan de meerwaarde van het project voor de persoonlijke ontwikkeling van de jongeren. Dit heeft tot gevolg dat jongeren niet bewust zijn van hun persoonlijke groei. Dit maakt het lastig om te zien waar jongeren eerst stonden in vergelijking met het heden. Reflecteren op hun persoonlijke groei wordt hiermee ook lastig gemaakt.

**Waar** doet het probleem zich voor?

Het probleem doet zich voor binnen Beeldbrengers als geheel. Indien het probleem blijft voortbestaan zal de gehele organisatie de gevolgen hiervan ondervinden.

**Hoe** is het probleem ontstaan?

Het probleem is ontstaan bij het oprichten van de proeftuin Beeldbrengers. Bij de oprichting zijn vanuit het MDT bepaalde richtlijnen opgesteld waaraan de proeftuin moet voldoen om subsidie te ontvangen. Daarnaast werd bij de intakegesprekken ondervonden dat veel deelnemende jongeren geen beeld hadden bij de leerontwikkeling die zij willen gaan doormaken binnen Beeldbrengers. Om aan de subsidieverlening te voldoen, is het van belang dat voor Beeldbrengers een maatschappelijke meerwaarde rapportage wordt geschreven.

### 1.3 Onderzoeksdoel

Het onderzoeksdoel geeft aan wat gerealiseerd moet worden. Daarnaast is het van belang dat het onderzoeksdoel in overeenstemming is met de onderzoeksvraag en het onderzoeksdoel helder is voor elke buitenstaander (van der Donk & van Lanen, 2015).

Het onderzoeksdoel van het project is om de maatschappelijke meerwaarde van de proeftuin Beeldbrengers in beeld te brengen. Vanuit ZonMW zijn bepaalde subsidievoorwaarden opgesteld voor de proeftuin Beeldbrengers. Dit zorgt ervoor dat Beeldbrengers in de toekomst subsidie blijft ontvangen en het project kan blijven voortbestaan. Daarnaast kan Beeldbrengers haar project aanscherpen en verbeteren door het effect van de deelnemende jongeren in kaart te brengen.

Naast de hoofddoelstelling, is als doelstelling voorgeschreven om de collectiviteit te bevorderen van de deelnemers. Dit wordt gerealiseerd door een gezamenlijk leertraject te doorlopen. Het doel is om de bewustwording van de deelnemende jongeren voor de MDT te creëren. Het uiteindelijke gevolg is dat de participatie van de jongeren wordt vergroot op het gebied van kritisch burgerschap, journalistiek, onderwijs en cultuur.

### 1.4 Onderzoeksvragen

De hoofdvraag van het project luidt als volgt: "Wat is de maatschappelijke meerwaarde die de deelnemende jongeren, geportretteerden en kijkers ontwikkelen tijdens beeldbrengers?"

Uit de hoofdvraag van het project komen de volgende vier deelvragen naar voren:

1. Hoe kan de maatschappelijke meerwaarde van beeldbrengers meetbaar en zichtbaar worden gemaakt?
2. Welke leerervaringen hebben jongeren na deelname bij Beeldbrengers?
3. Wat is de impact van de producties die Beeldbrengers maken op de geportretteerden?
4. Wat is de impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker?

### 1.5 Definities

- Focusgroep sessie: een kwalitatieve onderzoeksmethode. Het is een bijeenkomst met betrokken personen bij een project waarbij de deelnemers onderwerpen bespreken.
- Geportretteerden: dit zijn de mensen die in beeld komen zoals de interviewers, journalisten, de geïnterviewde.
- Interviews: een gesprek, meestal met één persoon, om ervaringen, meningen en kennis te bespreken door gebruik te maken van vragen en onderwerpen.
- Kijksessie: is een onderzoeksmethode waarbij een uitgekozen doelgroep of willekeurige deelnemers een film bekijken en erop reflecteren om de impact te realiseren.
- Maatschappelijke meerwaarde: Dit gaat over wat de sociale en economische waarde is.
- Proeftuin: Dit is een plek waar voornamelijk jongeren verschillende dingen beoefenen en uitproberen. Zodat jongeren zich professioneel en sociaal kunnen ontwikkelen. Hierdoor weten ze sneller wat ze wel willen en niet willen. Het doel is om jongeren bewust te maken van hun omgeving en van de mogelijkheden die ze kunnen ondernemen.
- Inclusie: is het gevoel dat een individu er in de samenleving mag zijn.
- 7 thema's: thema's bestaand uit sociale aspecten, emotionele aspecten, vaardigheden, omgeving leren kennen, oriëntatie op de toekomst, kritisch burgerschap en participatie.
- Maatschappelijke kosten-baten analyse:

### 1.6 Leeswijzer

In de leeswijzer wordt beknopt beschreven waar de hoofdstukken in het verslag over gaan. In hoofdstuk 1 wordt beschreven waarom het onderzoek wordt uitgevoerd en wat de doelstelling van het onderzoek is. Daarnaast is een hoofdvraag opgesteld en deze is gesplitst in vier deelvragen. In hoofdstuk 2 wordt de onderzoeksmethode beschreven en deze laat zien welke methoden worden gehanteerd bij het aanpakken van het onderzoek. Daarnaast worden de belanghebbenden van het onderzoek besproken en als laatst wordt gereflecteerd op de onderzoeksmethodiek. In hoofdstuk 3 worden de resultaten beschreven die naar voren komen tijdens het onderzoek. Daarnaast geven de resultaten antwoord op de deelvragen en uiteindelijk op de hoofdvraag. Aan de hand van de resultaten wordt in hoofdstuk 4 een conclusie getrokken. In hoofdstuk 5 worden bevindingen en adviezen gegeven die aansluiten op de conclusies. Na hoofdstuk 5 volgt een hoofdstuk geweid aan discussie. Daarna is in het verslag een literatuurlijst opgenomen, die bronnen bevat die gebruikt zijn in de hoofdstukken. Als laatst zijn de bijlagen opgenomen in het verslag. In het verslag wordt regelmatig verwezen naar informatie uit de bijlage.

## Hoofdstuk 2: Onderzoeksmethodiek

---

### 2.1 Stakeholder analyse

De stakeholder analyse wordt gebruikt om een beter beeld te krijgen van welke partijen betrokken zijn met Beeldbrengers. De analyse wordt vooral gebruikt om te kijken welke partijen belangrijk zijn om de organisatie staande te houden en wat de relaties zijn tussen die partijen.

De stakeholder analyse is gericht op de volgende partijen: De streekomroep RN7, Bindkracht 10 en ZonMW. Streekomroep RN7 is de vervanger van N1 sinds 2017 en maakt dagelijkse programmering met nieuws en verschillende televisie- en radioprogramma's. Daarnaast zendt RN7 rechtstreekse rapportages uit bij grootschalige evenementen. Beeldbrengers maakt programma's die worden uitgezonden bij de streekomroep RN7.

Bindkracht 10 is een welzijnsorganisatie die zich inzet voor jongerenwerk, opvoedingsondersteuning, Stip's, opbouwwerk, etc. De proeftuin Beeldbrengers zit in het pand van Jongeren Lab. Naast Beeldbrengers zit Jongeren Stip (informatie punt voor problemen, tips, vragen) in het pand. Het is met name een gedeelde ruimte met verschillende jongerenorganisaties (Wie Wij Zijn, 2019).

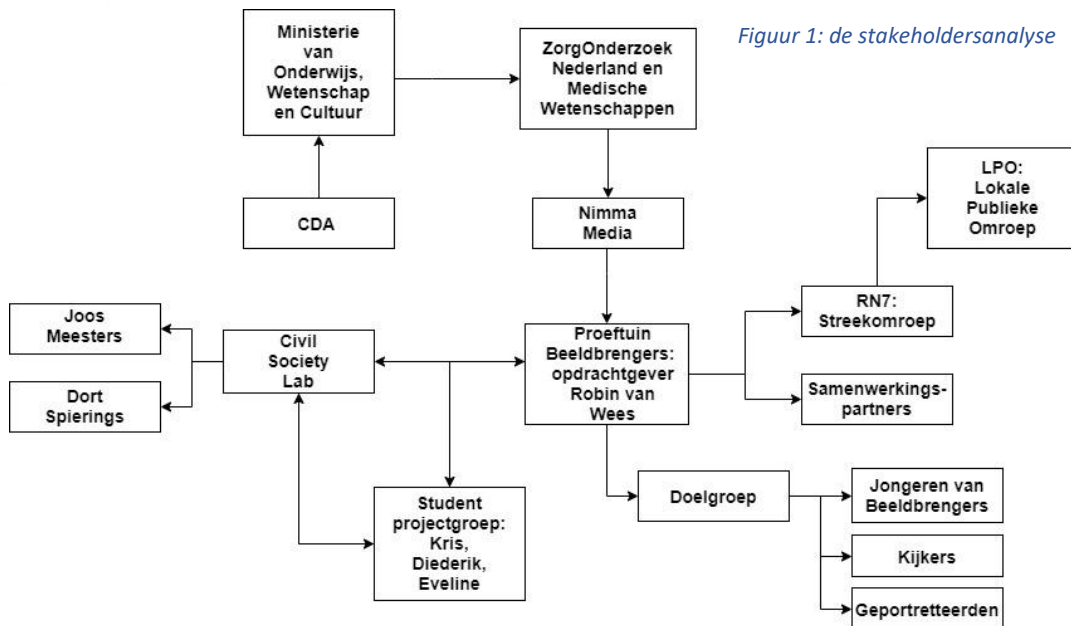
Beeldbrengers heeft als doelgroep jongeren in de omgeving van Nijmegen tussen de 14 en 23 jaar. De specificatie van deze jongeren wordt in paragraaf 2.2 besproken. Deze jongeren spelen een essentiële rol in het project. De jongeren creëren en hebben invloed op de content het tv-programma. Hiermee hebben de jongeren een participatieve rol in het proces van media maken.

Het project Beeldbrengers valt onder Stichting Nimma Media waar ze in samenwerking met jongeren werken op het gebied van "media, journalistiek, cultuur en burgerschap" (Beeldbrengers, 2019).

Beeldbrengers is een proeftuin vanuit het actieprogramma Maatschappelijke Diensttijd (MDT). Dit actieprogramma is opgesteld vanuit Zorg Onderzoek Nederland en Medische Wetenschappen (ZonMW). MDT komt uit het kabinet (CDA) uitgevoerd door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. MDT staat voor zelf- en talentontwikkeling en om nieuwe vaardigheden eigen te maken die bijdragen aan de samenleving. ZonMW heeft het actieprogramma Maatschappelijke Diensttijd namens de overheid gecreëerd zodat projecten net als Beeldbrengers subsidie kunnen aanvragen en ontvangen (Actieprogramma Maatschappelijke Diensttijd, 2019). ZonMW wil graag te weten komen wat de waarden zijn en wat voor impact de proeftuin heeft.

De opdracht voor Beeldbrengers om een maatschappelijke meerwaarde rapportage te schrijven werd door Robin van Wees voorgelegd en gevraagd vanuit ZonMW. De opdracht wordt uitgevoerd door de drie studenten van de HAN: Kris van Middelaar, Diederik Groeneveld, en Eveline van Rijswijk. De studenten worden ondersteund en begeleid door docenten van het Civil Society Lab, Joos Meesters en Dort Spierings.

Verder wordt Beeldbrengers wekelijks uitgezonden op Stichting RN7 en de Lokale Publieke Omroep. De relatie is communicatief gezien niet sterk, omdat de communicatie met RN7 alleen vanuit Beeldbrengers plaatsvindt. Op dit moment zendt RN7 de programma's van Beeldbrengers nog uit. Door deze omroepen krijgt Beeldbrengers aandacht van de kijkers in de omgeving. Doormiddel van YouTube is dat bereik nog groter.



Figuur 1: de stakeholdersanalyse

## 2.2 Doelgroep

De doelgroep voor dit project zijn de deelnemende jongeren, de geportretteerden en de kijkers. De deelnemende jongeren zijn rond de 14 en 23 jaar en komen uit Nijmegen en omgeving. De jongeren hebben een diverse achtergrond, wat betekent dat voor deelname niet aan bepaalde eisen of vaardigheden hoeft te worden voldaan. Sommige jongeren willen mediaervaring opdoen en andere jongeren willen zichzelf persoonlijk ontwikkelen.

De maatschappelijke diensttijd is gericht op de diversiteit binnen de groep Beeldbrengers. Beeldbrengers streeft ernaar dat aan de volgende voorwaarden wordt voldaan bij de deelnemers van Beeldbrengers (Actieprogramma Maatschappelijke Diensttijd, 2019).

- 50% verdeling jongens/meisjes
- 60% met opleidingsniveau VMBO/MBO
- 30% jongeren met een migratieachtergrond
- 10% jongeren binnen de HLBTQ-gemeenschap
- 10% jongeren met een beperking

De geportretteerden van het project bestaan uit personen tussen de 14 en 30 jaar. Deze personen hebben vaak iets meegemaakt dat een doorsnee persoon niet in zijn leven meemaakt of de persoon behoort tot een bepaalde subcultuur.

De kijkers bestaan uit jongvolwassenen tussen de 18 en 24 jaar. De verhouding van de mannelijke en vrouwelijke kijkers is zo goed als gelijk. Via de kijkcijfers zijn de etnische achtergronden van de kijkers niet te achterhalen.

## 2.3 Onderzoekopzet

### Soort onderzoek

De projectgroep heeft voornamelijk kwalitatief onderzoek gedaan door middel van interviews, een focusgroep sessie en een kijksessie. Tijdens de focusgroep sessie is gebruik gemaakt van een methodiek dat de Effectenster heet. De Effectenster laat zien wat de groei (positief of negatief) van de deelnemers is op een schaal van 1 tot 10, waar 1 het laagst is en 10 het hoogst. Vervolgens wordt de Effectenster twee keer ingevuld, de eerste representeert waar de deelnemers in het verleden

stonden op basis van 7 verschillende thema's. Vervolgens vullen de deelnemers hun groei in het heden op voor de 7 thema's.

Tijdens de kijk sessie is gebruik gemaakt van een vragenlijst met een voor en na meting. De kijkers krijgen een Beeldbrengers aflevering te zien.

Verder werd tijdens de interviews een interviewgide gemaakt met een begeleidende structuur en vragen (zie bijlage 9).

Bij alle drie de onderzoeksmethodes zijn korte filmpjes gemaakt of spraak memo's opgenomen. De filmpjes dragen uiteindelijk bij ter aanvulling van het eindproduct.

### **Dataverzameling**

De data werd verzameld door deskresearch uit te voeren en daarna veldonderzoek te doen. De deskresearch werd uitgevoerd door diverse documenten te lezen die relevant zijn voor het onderzoek. Het veldonderzoek werd uitgevoerd doormiddel van interviews, een kijk sessie en een focusgroep sessie. Daarnaast hebben de studenten ook meegelopen op een draaidag en intakegesprekken verzorgd en bijgewoond. Hiermee zijn de werkzaamheden van Beeldbrengers geobserveerd.

### **Dataomschrijving**

#### Focusgroep sessie

Voor de focusgroep sessie deden acht Beeldbrengers mee. Het doel van de sessie was, om te weten te komen wat voor een impact deelname bij Beeldbrengers heeft gehad op de beroeps- en sociale ontwikkeling van de jongeren. Tijdens de sessie werd gebruik gemaakt van associatiekaarten die de deelnemers konden gebruiken om antwoord te geven op de vragen van de zeven thema's. Verder is gebruik gemaakt van de effectenster. De effectenster werd gebruikt om te reflecteren op waar de deelnemers in het verleden en heden stonden op basis van de verschillende thema's. Om te reflecteren hebben de deelnemers gebruik gemaakt van associatiekaarten.

#### Kijk sessie

De kijk sessie werd uitgevoerd door een voor- en nameting vragenlijst af te nemen bij de deelnemers. De deelnemers vulden eerst de voormeting in en kregen toen een aflevering van Beeldbrengers te zien. Vervolgens vulden de deelnemers de nameting in.

*Afbeelding 2: Opzet focusgroep sessie*



*Afbeelding 3: associatiekaarten*

## Interviews

Om de impact voor de geportretteerden te meten, werden twee interviews gehouden met geportretteerden die voorkwamen in een aflevering van Beeldbrengers. Voor het interview werd een interviewgide gemaakt om de structuur en de vragen voor het interview te bepalen.

### **Analysemethode**

De data wordt geanalyseerd door de deze in te voeren in Excel en vanuit het programma de data verder te verwerken. De meeste data is kwalitatief, hierdoor zal de data geïnterpreteerd en gegroepeerd worden en doormiddel van een diagram worden gepresenteerd.

Bij de focusgroep sessie werd een meting uitgevoerd om de groei van de deelnemers te meten. Door de groei te beoordelen op een schaal van 1 tot 10. Deze data kan als kwantitatief gebruikt worden, door de groei van de deelnemers te berekenen en dan het gemiddelde daarvan te nemen. Bij elk thema kan vergeleken worden waar deelnemers het meest en het minst in zijn gegroeid.

Verder worden de antwoorden op de vragen van de interviews uitgeschreven. Aan het einde volgt een conclusie op basis van de resultaten en de deelvragen.

Een Maatschappelijke Kosten en Baten Analyse wordt gemaakt om de maatschappelijke meerwaarde van het project in kaart te brengen. MKBA wordt gebruikt om nieuwe projecten vanuit een objectief perspectief te bekijken en de meerwaarde van het project voor elke buitenstaander begrijpelijker te maken (Benders, 2019).

## **2.4 Scenario's**

Bij scenario's wordt gekeken naar de toekomstvisie van de proeftuin Beeldbrengers. Het fungeert als een methode waarmee Beeldbrengers een beeld vormt van hetgeen dat zich afspeelt in de toekomst en hoe dit effect heeft op de strategische doelstellingen van Beeldbrengers. In het onderzoek wordt uitgegaan van meerdere scenario's. Elk scenario geeft een rijke beschrijving van de mogelijke ontwikkelingen en de daarbij gepaard gaande gevolgen voor Beeldbrengers. Bij elk scenario moet worden afgevraagd wat de mogelijkheden, kansen, bedreigingen en risico's zijn. Vervolgens wordt gekeken naar de zaken waarmee rekening gehouden moet worden en welke veranderingen gaan optreden binnen de maatschappij.

In het onderzoek wordt uitgegaan van drie scenario's. De scenario's zijn als volgt:

- Volgens het eerste scenario zal binnen de organisatie niks veranderen en blijft het zoals het nu is (het nul-alternatief).
- Volgens het tweede scenario zal de organisatie meer inspelen op vrijwilligersorganisaties en de gemeente Nijmegen.
- Volgens het derde scenario wordt de vernieuwde aanpak ingevoerd voor het intakegesprek en zal de maatschappelijke meerwaarde rapportage in kaart worden gebracht (projectalternatief).

Om de gevolgen van de verschillende scenario's beter in beeld te brengen hebben de studenten gebruik gemaakt van de DESTEP-analyse. De DESTEP-analyse is een geschikte analyse om op macroniveau toe te passen om de niet beïnvloedbare elementen rondom een markt weer te geven. De factoren van de DESTEP-analyse bestaan uit (Intemarketing, 2018):

- Demografisch
- Economisch

- Sociaal-cultureel
- Technologisch
- Ecologisch
- Politiek-Juridisch

Eerst wordt uitgelegd hoe de factoren van de DESTEP-analyse zich in de toekomst gaan ontwikkelen. In het kort wordt besproken wat voor een invloed de ontwikkeling per factor heeft op elk scenario.

### **Demografisch**

In 2018 woonden 177.000 mensen in Nijmegen en in 2035 is het uitgerekend dat in Nijmegen 198.500 mensen wonen. Het toenemende aantal inwoners in Nijmegen ontstaat, doordat meer jongeren in de regio van Gelderland en Noord-Brabant naar Nijmegen trekken voor werk en studie. Daarnaast wordt verwacht dat de migratiestroom in Nederland blijft toenemen. Het aantal immigranten concentreert zich vooral in de grote steden, omdat hier veel voorzieningen in handbereik zijn. Binnen de provincie Gelderland en Noord-Brabant is Nijmegen een grote stad. De groei van het aantal inwoners is dus toe te rekenen aan een toestroom van immigranten. Op demografische gebied krijgt Beeldbrengers te maken met meer jongeren en jongeren met migratie achtergrond in de regio van Nijmegen (Cultureel Planbureau, 2015).

### **Economisch**

De komende jaren vindt in bepaalde delen van de stad in Nijmegen vernieuwing plaats van bestaande bedrijfsruimtes. Dit betekent voor Beeldbrengers dat meer mogelijkheid ontstaat voor uitbreiding van het bedrijf. Daarnaast neemt het aantal banen in Nijmegen in 2020 toe tot 100.000 banen. Dit bevordert de aantrekkelijkheid van de stad Nijmegen en zorgt ervoor dat meer jongeren zich hier vestigen (Nijmegen, 2019).

### **Sociaal-cultureel**

Door de toenemende grootte van de stad Nijmegen, zal de eenzaamheid onder de jongeren toenemen. De jongeren in Nijmegen ervaren meer sociale eenzaamheid door de drukte in de stad. Vanuit dit idee is behoefte aan een sociale ontmoetingsplek voor jongeren, waar iedereen hun ei kwijt kan. Door Beeldbrengers een bepaalde invulling te geven, kan een ontmoetingsplek worden gecreëerd voor de jongeren.

### **Technologisch**

Door de digitalisering wordt meer affiniteit gecreëerd met media maken. Doordat steeds meer jongeren goed overweg kunnen met digitale apparatuur, hierdoor ontwikkelen meer jongeren een passie voor editen, presenteren en filmen.

### **Ecologisch**

In de regio Nijmegen wordt meer aandacht geschonken aan klimaatverandering. Doordat klimaatverandering vooral de jongeren van de toekomst raakt, is het van belang dat de jongeren in Nijmegen hun mening geven over klimaatverandering. Beeldbrengers kan bij de invulling van media maken hierop inspelen.

### **Politiek-juridisch**

De gemeente Nijmegen wil in te toekomst de jongeren in Nijmegen meer betrekken bij beleids- en besluitvorming. Het kritisch burgerschap en participatie van de jongeren in Nijmegen moet beter

worden ingezet. Om dit te realiseren zal de gemeente Nijmegen gebruik kunnen maken van Beeldbrengers, om de jongeren in Nijmegen te bereiken.

#### 2.4.1 Low – niks veranderd

Wanneer niks wordt gedaan met de vraag vanuit de opdrachtgever, dan heeft de opdrachtgever geen overzicht van de effecten (meerwaarde) van het project. Het gevolg hiervan is dat de subsidiërende organisatie geen bewijs heeft dat de proeftuin het beoogde resultaat vervuld. Hierdoor kan de subsidie niet meer voortgezet worden en kan het personeel bij beeldbrengers niet uitbetaald worden.

##### **Demografisch**

Meer jongeren trekken richting Nijmegen voor werk en studie. Daarnaast concentreert het aantal migranten zich vooral in de regio Nijmegen. Dit betekent voor Beeldbrengers dat het aantal potentiële kandidaten voor Beeldbrengers toeneemt. Doordat Beeldbrengers geen subsidie meer ontvangt, heeft het bedrijf moeite met het uitbetalen van haar professionals. Hierdoor groeit het aantal professionals binnen de organisatie niet en kan de capaciteit van de deelnemers niet worden uitgebreid. Dit zorgt ervoor dat de kans voor uitbreiding van Beeldbrengers niet wordt benut.

##### **Economisch**

Op economisch gebied ontstaan uitbreidingsmogelijkheden voor Beeldbrengers. Door de vernieuwing van bestaande bedrijfsruimtes, is de mogelijkheid ontstaan dat Beeldbrengers haar eigen pand krijgt en uitbreidt in bedrijfsruimte. Doordat de subsidiërende organisatie geen subsidie meer verleent, zal Beeldbrengers niet over voldoende geld beschikken voor uitbreiding van de bedrijfsruimte.

##### **Sociaal-Cultureel**

De eenzaamheid van de jongeren in Nijmegen neemt toe, door de groeiende grootte van de stad. Beeldbrengers kan hierin een invulling geven, door te fungeren als een ontmoetingsplek. De bedrijfsruimte kan niet alleen worden gebruikt voor media maken, maar ook als ontmoetingsplek. Doordat de professionals niet meer betaald kunnen worden vanuit de subsidieverlening, zal Beeldbrengers meer ondersteunt moeten worden vanuit vrijwilligers. Door langer open te gaan om te fungeren als ontmoetingsplek, is het belangrijk dat vrijwilligers aanwezig zijn binnen het pand. Beeldbrengers beschikt niet over voldoende financiële middelen om de professionals hiervoor te betalen.

##### **Technologisch**

Meer jongeren willen media maken. Dit betekent dat Beeldbrengers zich vooral moet concentreren op het ondersteunen van jongeren die media willen maken. Om aan deze vraag te voldoen, moet het team aan professionals bij Beeldbrengers worden uitgebreid. Doordat de financiële middelen niet toereikend zijn om het team uit te bereiden, wordt er aanspraak gemaakt op vrijwilligers. Dit kan tot gevolg hebben dat de vrijwilligers minder vakkennis hebben dan de professionals.

##### **Ecologisch**

Doordat Beeldbrengers geen subsidie meer ontvangt, kan de doelstelling vanuit ZonMW niet meer worden nageleefd. Vanuit Beeldbrengers is minder aandacht geschonken aan kritisch burgerschap en participatie. Hierdoor wordt vanuit Beeldbrengers minder aandacht geschonken aan



klimaatverandering en wordt minder aanspraak gemaakt op de mening van de deelnemende jongeren.

#### **Politiek-Juridisch**

De organisatie steunt minder op de subsidie van ZonMW. Hierdoor richt Beeldbrengers zich meer op de samenwerking met de gemeente Nijmegen. Door de gemeente Nijmegen te helpen bij het bereiken van de jongeren in Nijmegen, kan de gemeente Nijmegen wat terug doen voor Beeldbrengers. Het ondersteunt Beeldbrengers in het financieren van de materialen en het helpen aan contacten in de regio Nijmegen.

#### 2.4.2 Mid – meer ondersteuning van vrijwilligersorganisaties en de gemeente Nijmegen

Als Beeldbrengers niet voldoet aan de eisen van de subsidiërende organisatie, zal Beeldbrengers meer steun vanuit vrijwilligersorganisaties en de gemeente Nijmegen moeten krijgen om het project draaiende te houden.

#### **Demografisch**

Beeldbrengers kan een samenwerking aangaan met de gemeente, omdat de gemeente helpt bij het integreren van immigranten in Nijmegen. De gemeente Nijmegen heeft dus een goede kijk op de migranten in Nijmegen. Hierdoor kan Beeldbrengers beter zicht krijgen op wie ze kunnen benaderen om nieuwe inwoners van Nijmegen te betrekken in de omgeving. Dit zorgt ervoor dat ze beter kunnen participeren in de maatschappij en mensen kunnen leren kennen.

#### **Economisch**

Beeldbrengers moet meer donateurs en vrijwilligers vinden, tenzij de gemeente het project subsidieert. In dit geval ontvangt Beeldbrengers de benodigde voorzieningen voor het project.

#### **Sociaal-Cultureel**

Als het Beeldbrengers en de gemeente Nijmegen lukt om meer immigranten in de omgeving Nijmegen weten te betrekken in de maatschappij, kan het zijn dat dit eenzaamheid onder jongeren verminderd.

#### **Technologisch**

Beeldbrengers werkt meer via vrijwilligersorganisaties, dit betekent dat de kwaliteit en professionaliteit van de begeleiding afneemt. De afname aan professionaliteit ontstaat doordat er geen of minder budget is voor professionele werknemers. Dit levert een tegenovergesteld resultaat op. Dit betekent dat jongeren minder of op hetzelfde niveau technologische vaardigheden leren en ontwikkelen.

#### **Ecologisch**

Op ecologisch vlak is het mogelijk dat jongeren zich meer gaan interesseren op het gebied van het milieu, omdat er nauwe samenwerking met de gemeente ontstaat. Dit betekent dat de gemeente Beeldbrengers kan beïnvloeden om zich bezig te houden met natuur en milieukwesties.

#### **Politiek-Juridisch**

Door nauwe samenwerkingen met de gemeente, is het toegankelijker voor jongeren om met de gemeente in gesprek te gaan over politieke kwesties. Dit resulteert in meer aandacht vanuit de jongeren voor de politiek in Nijmegen.

#### 2.4.3 High – de vernieuwde aanpak bij intake en meer groepsvorming

Bij het laatste scenario vindt een vernieuwde aanpak plaats. Daarnaast wordt het groepsgevoel gestimuleerd, wat effect heeft op de meerwaarde van het project van Beeldbrengers.

##### **Demografisch**

Demografisch gezien neemt het aantal jongeren in de regio van Nijmegen toe. Dit betekent voor Beeldbrengers dat meer jongeren zich aanmelden bij Beeldbrengers. Hierdoor beschikt Beeldbrengers over voldoende professioneel personeel om de intakegesprekken te verzorgen.

##### **Economisch**

Beeldbrengers krijgt meer support van de overheid en ZonMW, omdat het project de deelnemers beter kan assisteren met hun sociale en beroepsontwikkeling. Hierdoor wordt de maatschappelijke meerwaarde van het project gerealiseerd.

##### **Sociaal-Cultureel**

Door de groepsvorming binnen de proeftuin zal eenzaamheid zich minder voordoen. Doordat Beeldbrengers een 'familiegevoel' creëert voor de jongeren.

##### **Technologisch**

Op het technologisch vlak gaan de jongeren met de vernieuwde aanpak doelgericht aan de slag om meer uit hun leerproces te halen tijdens Beeldbrengers. Hierdoor profiteren de jongeren van wat ze bij Beeldbrengers kunnen leren op het vlak van media maken: leren om te gaan met de camera, editen, geluidopnames, etc.

##### **Ecologisch**

Op het gebied van klimaatverandering voelen jongeren zich meer verantwoordelijk, omdat het bedrijven en overheden niet lukt om drastische maatregelen te nemen voor het redden van het milieu. Hierbij spelen jongeren een belangrijke rol, vooral degene die actief bezig zijn als journalisten en media makers.

##### **Politiek-Juridisch**

Door het ontstaan van een groepsgevoel binnen Beeldbrengers, kunnen de jongeren zich meer verantwoordelijk gaan voelen binnen de samenleving. Hierdoor leren de jongeren beter te participeren binnen de maatschappij. Hierdoor voelen jongeren zich meer betrokken binnen de Nijmeegse politiek en de omgeving van Nijmegen.

#### 2.5 Maatschappelijke meerwaarde

Bij maatschappelijke meerwaarde gaat het om het verzamelen en rapporteren van de opbrengst van Beeldbrengers. De waarde van de opbrengst kan monetair en niet-monetair zijn. Monetair zijn opbrengsten die te vertalen zijn in geld en niet-monetaire opbrengsten zijn baten die niet te vertalen zijn in geld. De maatschappelijke meerwaarde gaat over de kwaliteit, de kosten en de baten. Bij de

meerwaarde wordt gekeken naar de input, output en outcome (impact). Voor de maatschappelijke meerwaarde worden de volgende tools gebruikt: MKBA, SROI, Effectenarena en de effectencalculator. Voor het onderzoek wordt gebruik gemaakt van MKBA, de effectenarena en SROI. De effectencalculator wordt buiten beschouwing gelaten.

### Maatschappelijke Kosten-Baten analyse

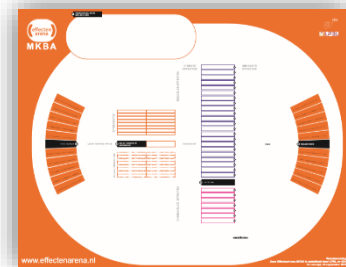
Bij de MKBA wordt gekeken naar het rendement van een investering voor de samenleving. Bij MKBA wordt gekeken naar de indirecte- en directe effecten, de externe effecten en de verdelingseffecten. Om het MKBA in kaart te brengen moet worden gekeken naar de personen die baat hebben bij het project, de investeringen die worden gedaan en waaruit de opbrengsten bestaan. In essentie brengt het MKBA op een systematische en samenhangende manier alle door een project veroorzaakte effecten in kaart en vergelijkt deze met het nul-alternatief, de situatie waarin het project niet wordt uitgevoerd.

Met de MKBA worden de volgende inzichten weergegeven (MKBA Frontlijn team Heechterp-Schieringen, 2012):

- De positieve en negatieve effecten
- De verhouding tussen de kosten en de baten
- De aanwezige risico's en onzekerheden
- Wie profiteert en wie betaalt

### De effectenarena

De effectenarena is een instrument om de ingrediënten van een interventie duidelijk in kaart te brengen. De ingrediënten bestaan uit de activiteiten, de investeerders, de maatschappelijke effecten en de incasseerders (de partijen die voordeel hebben van deze effecten). De SROI komt hieruit voort (Wat werkt studio, 2019). De effectenarena is gericht op het gezamenlijk doordenken en doorleven van de essentie van het onderzoek. Uiteindelijk levert dit een overzicht op met alle bedoelde en onbedoelde projecteffecten. Daarnaast wordt gekeken wie investeert in de effecten en wie profiteert van de effecten.



Afbeelding 4: de effectenarena

### Social Return on Investment

Het SROI is een gestructureerd instrument om toegevoegde waarde van maatschappelijke investeringen te bepalen, uitgedrukt in geld. Hierbij is eerst gekeken naar de stakeholder (belanghebbende). Daarna naar de input van de stakeholder en de interventie. Vervolgens komt hier een outcome uit en komt hier een Social Return uit voort. Bij deze wijze wordt uitgegaan van de veranderingstheorie, hierin worden alle veronderstellingen en verwachtingen uitgesproken over hoe het resultaat doorwerkt in de maatschappelijke effecten.

## 2.6 Draagvlak

Draagvlak creëren is het zorgen dat voor het uitvoeren van plannen, ondersteuning en goedkeuring wordt ontvangen vanuit de belanghebbenden. Draagvlak creëren is belangrijk voor het onderzoek, omdat alle belanghebbenden zich hiermee gehoord voelen en Beeldbrengers vanuit verschillende perspectieven feedback krijgt om de plannen aan te scherpen en om te zorgen dat belanghebbenden niet onverwachte veranderingen op hun bord krijgen (Elands, 2019).

Om draagvlak te creëren voor de vernieuwde aanpak zijn diverse tools ingezet:

- Focusgroep sessie  
Door het praten over de verschillende ontwikkelingen die de jongeren hebben meegemaakt begonnen zij zich te realiseren dat het project meer is dan ze in eerste instantie dachten. Na de focusgroep sessie hebben de jongeren deze ervaringen vastgelegd op beeld. Deze beelden zijn te zien in het filmpje van de studenten.
- Implementatie effectenster bij intake  
Bij verschillende intakes is de effectenster ingezet. De jongeren vonden de effectenster gemakkelijk en overzichtelijk om in te vullen.  
Door de effectenster te gebruiken bij de intake is een beter beeld gevormd over hun persoonlijke ontwikkeling en waar de jongeren naartoe willen werken in hun tijd bij beeldbrengers (Wat werkt studio, 2016).
- Aanwezigheid woensdag  
De studenten zijn sinds het begin van het project bijna elke woensdag aanwezig geweest op locatie. Daarnaast hebben ze meegelopen met verschillende draaidagen, première avonden en intakes. Tijdens de projecturen hebben de studenten de jongeren en werknemers van beeldbrengers leren kennen en hebben zij de vernieuwde aanpak meerdere keren kunnen introduceren.
- Interviews geportretteerden  
Doormiddel van de interviews hebben de geportretteerden hun verhaal kunnen doen en terug kunnen halen wat beeldbrengers voor hen heeft betekend. Na het interview hebben de geportretteerden hun ervaringen vastgelegd op beeld. Deze beelden zijn te zien in het filmpje van de studenten.
- Co-creatie met beeldbrengers  
De studenten hebben de jongeren van beeldbrengers gevraagd of ze mee wilden werken aan het eindproduct van het onderzoek. De beeldbrengers hebben de studenten geholpen met het schrijven van het script, het filmen en het editen.

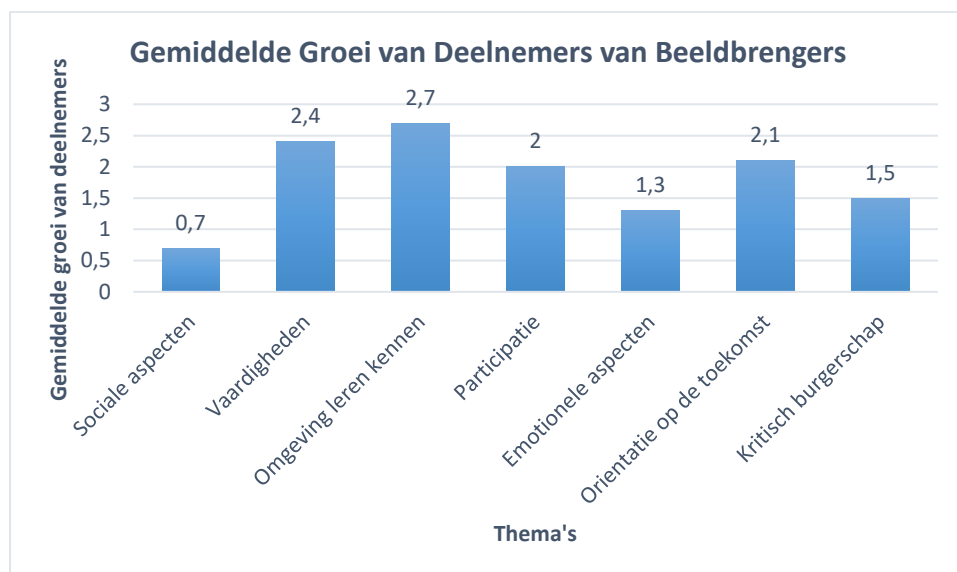
## Hoofdstuk 3: Onderzoeksresultaten

### 3.1 Leerervaring jongeren na deelname

In de onderstaande paragraaf wordt antwoord gegeven op deelvraag 1. De deelvraag luidt als volgt: **‘Welke leerervaringen hebben jongeren na deelname bij Beeldbrengers?’**. Voor het beantwoorden van deze deelvraag is gebruik gemaakt van een focusgroep sessie met een aantal deelnemers van Beeldbrengers. In het kort wordt uitgelegd wat het doel van de focusgroep sessie is. Daarna wordt ingegaan op de resultaten van de focusgroep sessie.

Het doel van de focusgroep sessie was om de maatschappelijke meerwaarde van de proeftuin Beeldbrengers in te zien, voor het aanscherpen van het project en om vervolgfianciering te ontvangen.

Om de maatschappelijke meerwaarde in kaart te brengen, is tijdens de focusgroep sessie een effectenster ingevuld voor het heden en verleden. De effectenster die tijdens de sessie is gebruikt bestaat uit de volgende zeven thema's: *sociale aspecten, emotionele aspecten, vaardigheden, oriëntatie op de toekomst, omgeving leren kennen, kritisch burgerschap en participatie*. De thema's zijn met inspraak van de opdrachtgever opgesteld. De thema's worden hieronder kort toegelicht en de resultaten per thema worden besproken.



Grafiek 1: Gemiddelde groei thema's

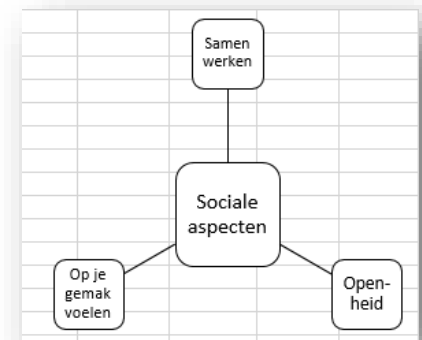
In grafiek 1 is terug te zien in hoeverre de deelnemers op alle zeven thema's vooruit zijn gegaan ten opzichte van het begin van Beeldbrengers. Op het gebied van sociale aspecten kan gezegd worden dat de deelnemende jongeren bij Beeldbrengers gemiddeld een cijfer van 0,7 hebben ingevuld ten opzichte van de meting in het verleden. Op het gebied van vaardigheden geven de jongeren aan gegroeid te zijn en geven zichzelf gemiddeld een cijfer van 2,4 hoger in vergelijking met hun start bij Beeldbrengers. Daarnaast hebben de jongeren de omgeving van Nijmegen beter leren kennen door Beeldbrengers. Dit is terug te zien in het feit dat ze de omgeving leren kennen een cijfer van 2,7 hoger geven dan de meting in het verleden.

De participatie van de jongeren is toegenomen door deelname aan Beeldbrengers en is met een cijfer van 2 toegenomen. Op het gebied van emotionele aspecten hebben de jongeren de effectenster van het heden met 1,3 hoger ingevuld. Met de kijk op de oriëntatie op de toekomst hebben de jongeren tijdens de focusgroep sessie dit thema een cijfer van 2,1 hoger gegeven. Bij het thema kritisch burgerschap hebben de jongeren zichzelf hoger ingeschat en hebben bij de meting zichzelf met een cijfer van 1,5 hoger gegeven.

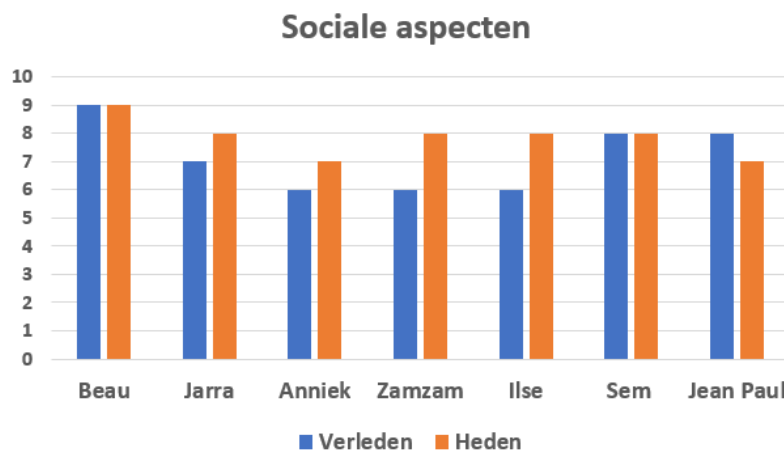
### 3.1.1 Sociale aspecten

Bij het opdoen van sociale aspecten binnen Beeldbrengers gaat het om nieuwe vrienden maken en het verbreden van netwerk. Daarnaast gaat het om leren sneller contact te leggen met anderen en contact leggen met jongeren met een verschillende achtergrond. De beeldbrengers gaven tijdens de focusgroep sessie aan dat zij “samen werken”, “op je gemak voelen” en “openheid” vinden passen bij hun ontwikkeling van sociale aspecten.

#### Resultaten



Figuur 2: Kernpunten sociale aspecten



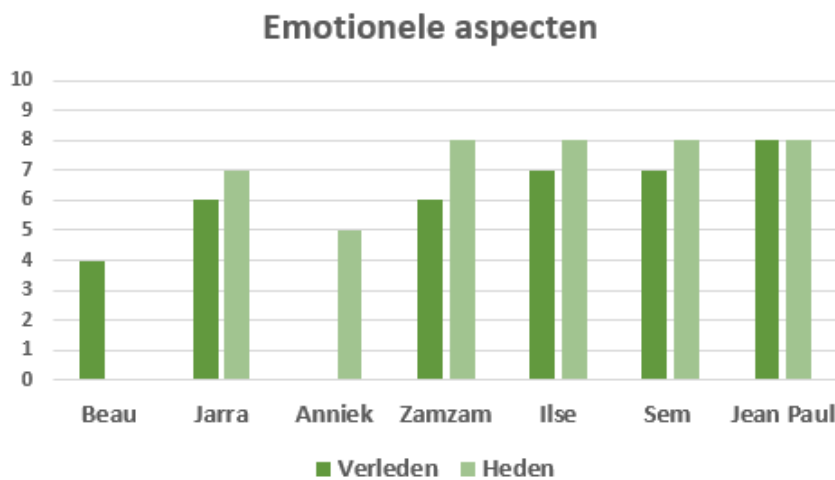
Grafiek 2: Sociale aspecten

In grafiek 2 is terug te zien dat twee deelnemers niet vooruit zijn gegaan op het gebied van sociale aspecten. Eén van de deelnemers geeft aan zelfs achteruit te zijn gegaan op het gebied van sociale aspecten na het deelnemen bij Beeldbrengers. De overige vier deelnemers gaven aan vooruit te zijn gegaan op het gebied van sociale aspecten na deelname aan Beeldbrengers. Alomvattend heeft deelname aan Beeldbrengers ervoor gezorgd dat de deelnemende jongeren zich hebben ontwikkeld op het sociale aspect. Ze hebben vrienden leren maken, meer contacten gelegd, hun netwerk verbreed en met jongeren met een andere achtergrond in contact gekomen.

### 3.1.2 Emotionele aspecten

Als wordt gesproken over emotionele aspecten, gaat het vooral om zelfvertrouwen opbouwen en gezien worden bij Beeldbrengers. Eén van de doelen van Beeldbrengers is dat de jongeren bij Beeldbrengers hun ei kwijt kunnen en erkenning krijgen. Bij Beeldbrengers moeten de jongeren leren op zichzelf te reflecteren en samen dingen te doen. De beeldbrengers gaven tijdens de focusgroep sessie aan dat zij “open worden”, hun “ei kwijt kunnen” en “mensen met dezelfde mindset vinden” vonden passen bij hun ontwikkeling van emotionele aspecten.

#### Resultaten



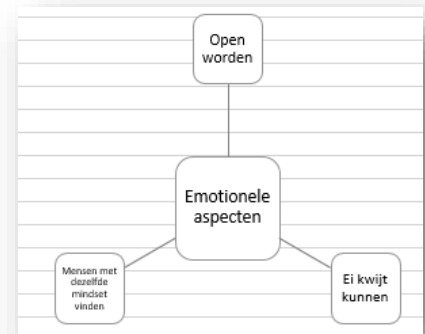
Grafiek 3: Emotionele aspecten

Bij een van de deelnemers is er geen verschil op het gebied van emotionele aspecten tussen het verleden en het heden. Bij twee deelnemers zit er een groot verschil tussen de meting van het verleden en het heden. Bij de overige 4 deelnemers is het emotionele aspect toegenomen na deelname aan Beeldbrengers. Deelname aan Beeldbrengers heeft voor veel van hen gezorgd voor een verbetering van het emotionele aspect. De jongeren kunnen door Beeldbrengers hun ei kwijt, hebben het gevoel dat ze ergens bij horen en hebben het gevoel dat ze worden gezien.

### 3.1.3 Vaardigheden

Bij het vaardigheden gaat het om het ontwikkelen van talenten en het vakgericht bezig zijn. Het is de bedoeling dat de jongeren hun creativiteit kwijt kunnen in het filmen, presenteren en editen. Daarnaast is het de bedoeling dat de jongeren leren organiseren en plannen. De beeldbrengers gaven tijdens de focusgroep sessie aan dat zij “verschillende dingen proberen”, “ontwikkelen” en “zelfvertrouwen” vinden passen bij hun ontwikkeling van vaardigheden.

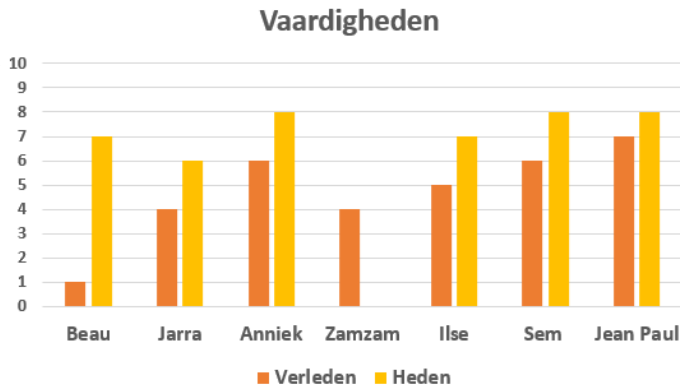
#### Resultaten



Figuur 3: Kernpunten emotionele aspecten



Figuur 4: Kernpunten vaardigheden



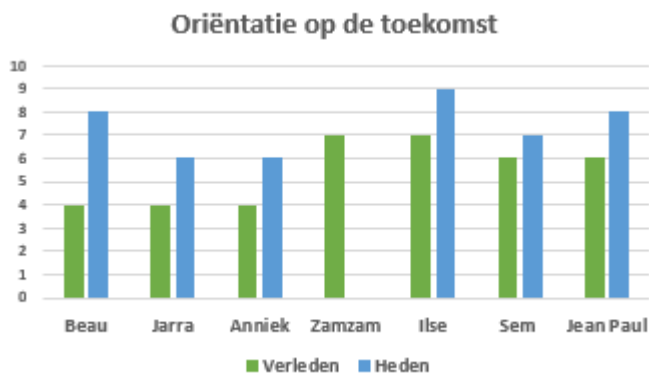
Grafiek 4: Vaardigheden

In grafiek 4 is terug te zien dat een deelnemer van tevoren meer vaardigheden had dan na deelname bij Beeldbrengers. De andere zes deelnemers hebben door deelname aan Beeldbrengers hun vaardigheden ontwikkeld op het gebied van media maken. Alles bij elkaar kan worden geconcludeerd dat de deelnemers bij Beeldbrengers hun vaardigheden hebben ontwikkeld op het gebied van media maken. Ze hebben geleerd hun talenten te ontwikkelen, creativiteit kwijt te kunnen, leren organiseren en plannen, presenteren en vakgericht bezig te zijn.

### 3.1.4 Oriëntatie op de toekomst

Bij het oriënteren op de toekomst gaat het om het oriënteren wat de jongeren later willen worden en waar hun passie ligt. Het gaat daarnaast om het ontdekken van hun kwaliteiten en de instelling die zijn innemen naar de toekomst. Belangrijk daarbij is het opbouwen van een curriculum vitae. De beeldbrengers gaven tijdens de focusgroep sessie aan dat zij “meer kennis/ervaringen”, “weten wat ik leuk vind” en “passie vinden” vinden passen bij hun ontwikkeling van toekomst oriëntatie.

#### Resultaten



Grafiek 5: Oriëntatie op de toekomst



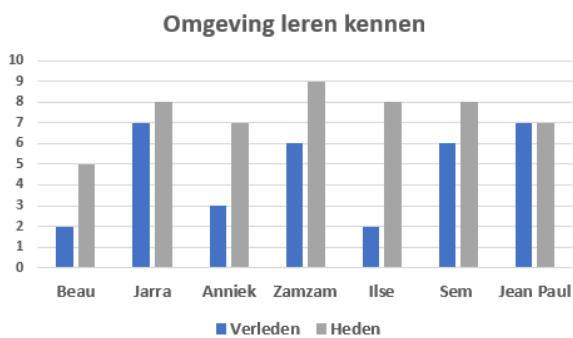
Figuur 5: Kernpunten oriëntatie op de toekomst



### 3.1.5 Omgeving leren kennen

Bij leren kennen van de omgeving gaat het om het ontdekken van de stad, weten wat in de stad leeft, de diversiteit in de stad ontdekken en het verbreden van het perspectief. Hierbij gaat het om het leren kennen van de stad en om een beeld te krijgen welke onderwerpen spelen bij de jongeren in Nijmegen. De beeldbrengers gaven tijdens de focusgroep sessie aan dat zij “nieuwe plaatsen ontdekken”, “openheid” en “perspectief verbreden” vinden passen bij hun ontwikkeling op het gebied van omgeving leren kennen.

#### Resultaten



Grafiek 6: Omgeving leren kennen

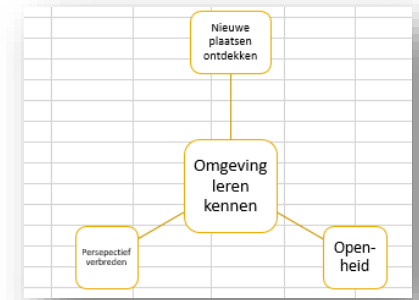
Uit grafiek 6 blijkt dat een deelnemer de omgeving van Nijmegen na deelname bij Beeldbrengers niet verder heeft ontwikkeld. De andere 7 deelnemers geven aan de omgeving van Nijmegen beter te hebben leren kennen door deelname aan Beeldbrengers. Concluderend kan gezegd worden dat de jongeren de regio Nijmegen beter hebben leren kennen door rond te lopen bij Beeldbrengers. Als aanvulling hierop moet worden gezegd dat bijna alle deelnemende jongeren niet afkomstig zijn uit Nijmegen. Dit zorgt ervoor dat de jongeren de stad beter leren kennen, beter weten wat in de stad leeft, de diversiteit van de stad ontdekken en het verbreden van het perspectief.

### 3.1.6 Kritisch burgerschap

Bij kritisch burgerschap gaat het om het durven geven van een mening, kritisch te zijn op de omgeving en het hebben van een stem binnen de gemeente Nijmegen. Het gaat erom of de jongeren het gevoel hebben dat ze worden gehoord binnen de stad en of ze wel eens kritisch zijn geweest op iets dat zich afspeelde binnen Nijmegen.

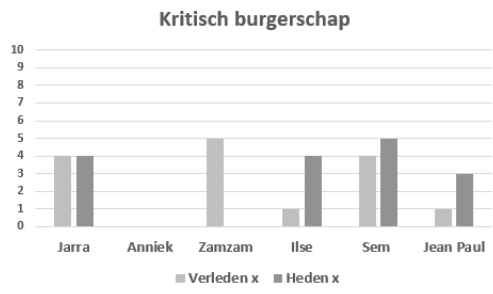
Tijdens de focusgroep sessie was dit thema voor de beeldbrengers lastig om te begrijpen. Het thema kritisch burgerschap was niet herkenbaar voor sommige jongeren. Sommige zijn bijvoorbeeld nog niet actief bezig met de politiek in Nijmegen omdat ze te jong zijn om te stemmen. Wat bijzonder was omdat Beeldbrengers juist een programma is waar jongeren onderwerpen zoals de aanpassingen in de wetgeving rondom lachgas bespreken en wat gedaan kan worden aan vuurwerkmisbruik tijdens oud en nieuw.

Dit betekent dat het thema ‘kritisch burgerschap’ herzien moet worden omdat het thema overeenkomsten heeft met de ‘omgeving leren kennen’ en ‘participatie’. Zodat de jongeren kunnen begrijpen hoe kritisch burgerschap in hun activiteiten tijdens Beeldbrengers kan worden toegepast.



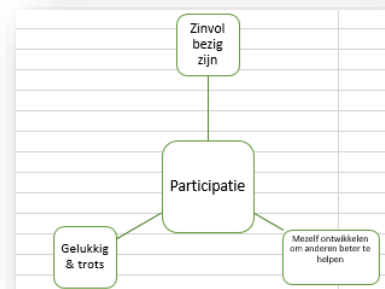
Figuur 6: Kernpunten omgeving leren kennen

## Resultaten



Grafiek 7: Kritisch burgerschap

In grafiek 7 is te zien dat veel deelnemers het heden of verleden op de effectenster niet hebben ingevuld voor het kritisch burgerschap. De jongeren gaven aan dit thema nog niet goed te begrijpen en voor zichzelf geen goed antwoord te kunnen geven. Uit grafiek 7 is af te lezen dat een deelnemer geen verschil ziet na deelname bij Beeldbrengers. Een andere deelnemer heeft voor dit thema niks ingevuld en gaf aan het einde van de focusgroep sessie aan hierin geen vooruitgang te hebben gezien. Drie deelnemers gaven aan hun mening beter te durven geven binnen de gemeente Nijmegen door deelname bij Beeldbrengers. Alomvattend hadden de jongeren nog geen beeld bij de stem die zij hebben binnen de stad Nijmegen, vanwege het feit dat veel van hen niet woonachtig zijn in Nijmegen.



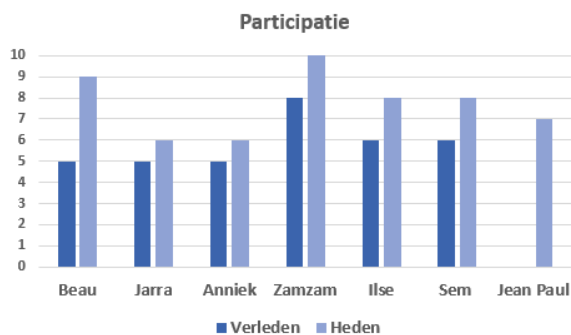
Figuur 7: Kernpunten participatie

### 3.1.7 Participatie

Bij het thema participatie gaat het om het zinvol bezig zijn, iets te doen voor een ander, het informeren van andere jongeren en het doen van vrijwilligerswerk.

De beeldbrengers gaven tijdens de focusgroep sessie aan dat zij “zinvol bezig zijn”, “gelukkig & trots zijn” en “zichzelf ontwikkelen en andere beter helpen” vinden passen bij hun ontwikkeling op het gebied van participatie.

## Resultaten



Grafiek 8: Participatie

Uit grafiek 8 is af te leiden dat alle deelnemers van de focusgroep sessie een vooruitgang zien in hun participatie door werkzaam te zijn bij Beeldbrengers. Ze hebben het gevoel dat ze zinvol bezig zijn, iets doen voor een ander en mensen informeren door het maken van media. Samenvattend kan

worden gezegd dat de jongeren door werkzaam te zijn bij Beeldbrengers het gevoel hebben iets bij te dragen aan het informeren van anderen.

### 3.2 De impact van de producties van Beeldbrengers op de geportretteerden

In de onderstaande paragraaf wordt antwoord gegeven op deelvraag 2. De deelvraag luidt als volgt: **‘Wat is de impact van de producties die Beeldbrengers maken op de geportretteerden?’**. Eerst wordt uitgelegd op welke wijze de impact is gemeten. Daarna volgt een samenvatting van de narratieve interviews. Als laatste volgt een conclusie van de impact van de producties van Beeldbrengers op de geportretteerden.

De studenten hebben twee geportretteerden geïnterviewd voor het onderzoek. Zie Bijlage 1 en 2 voor de uitwerkingen van de interviews.

De studenten hebben als eerste Ante Joosten geïnterviewd. Ante werkt als IT-consultant maar treedt iedere tweede vrijdag van de maand op als Drag King Mason Tonight op in De Nijmeegse bar Thomtom. Daarnaast hebben de studenten Yagmur geïnterviewd. Yagmur heeft moeten strijden voor haar vrijheid en verteld in de aflevering van beeldbrengers meer over haar leven en de lange weg naar haar vrijheid.

#### 3.2.1 Samenvatting

Tijdens het interview vertelde Ante en Yagmur hun ervaringen met de beeldbrengers. Beide waren erg positief. De jongeren kwamen erg vertrouwelijk en rustig over, er was een open sfeer en een prettige samenwerking. Deze omgeving, die werd gecreëerd door de beeldbrengers, zorgde ervoor dat Ante en Yagmur het minder spannend vonden om hun verhaal te vertellen voor de camera.

Zowel Ante en Yagmur waren door Beeldbrengers gevraagd aan de hand van wat zij doen. Van tevoren waren ze beiden niet bekend met Beeldbrengers, maar hadden wel een beeld van de werkzaamheden van de organisatie.

Tijdens de opnames had Ante het idee dat de Beeldbrengers erg flexibel waren. De takes verliepen erg goed en de communicatie was duidelijk. Ze gaf aan dat de Beeldbrengers zich heel fijn om haar heen bewogen en dat alles in samenspraak ging. De Beeldbrengers gaven haar ruimte voor inbreng van haar eigen ideeën en bevindingen. Yagmur had al eerder een gesprek gehad met degene die de opname met haar deed, hierdoor kon ze een vertrouwelijk en prettig gesprek voeren. Ze had niet het gevoel dat er andere bij waren en vond het gesprek erg open en prettig.

Ante had geen moeite om haar verhaal te delen en vond het een deze wijze een prettige manier om haar verhaal te delen. Ze vond het prettig dat het bij de aflevering helemaal ging om haar en Mason Tonight. Yagmur vond het een beetje emotioneel om haar verhaal te delen, maar heeft het hoofdstuk achter haar gelaten en kan nu vrij praten over haar verleden. Beide hebben het gevoel dat ze een bijdrage hebben geleverd aan het grotere geheel en hopen hiermee meer mensen te inspireren, als het gaat over het verkleed als man en de eenzaamheid onder jongere meisjes.

De beweegredenen van Ante en Yagmur kwamen erg overeen. Beide willen graag de taboe van hun onderwerp verbreken door hun verhaal te delen, om zo mensen te helpen en inspireren. Daarnaast wil Ante graag dat meer mensen “drag” gaan zien als iets toegankelijk.

Alle beweegredenen zijn vervuld na het uitzenden van de aflevering. Ante is blij met de bekendheid die “drag king” heeft gekregen en heeft veel positieve reacties gekregen van bekende en onbekende mensen.

Ante heeft haar doel bereikt en hoopt in de toekomst meer bekendheid te krijgen en een breder publiek te trekken. Ze zal in de toekomst open blijven staan voor interviews en opnames. Yagmur wil heeft het gevoel dat zij haar ervaringen kon doorgeven aan de nieuwe generatie en hoopt dit te blijven doen.

In het interview gaf Yagmur aan dat haar zelfbeeld het meest is veranderd. Ze is na de uitzending van beeldbrengers anders naar zichzelf gaan kijken, op een positieve manier. Ze durft nu meer open te zijn en is trots op de persoon die ze is. Yagmur hoopt dat hiermee taboes worden doorbroken. Ante heeft na de opnames veel positieve reacties ontvangen en ze is blij dat het onderwerp meer bekendheid heeft gekregen. Ze kreeg van veel kijkers te horen ze een goede indruk hebben gekregen van het leven dat Ante leidt.

Ante kreeg vanuit haar omgeving en van buitenaf veel reacties van mensen die erg geïnteresseerd waren in het onderwerp. Ze heeft het gevoel dat een gay persoon in een stad meer wordt geaccepteerd dan in een dorp, omdat mensen in het dorp dit weinig zien. Yagmur heeft vooral reacties van onbekenden ontvangen en die gaven vooral aan geïnspireerd te zijn en dat Yagmur zichzelf moet blijven.

De meerwaarde van een individu om zijn/haar verhaal te doen is volgens Yagmur het durven praten over haar verleden. Hierdoor worden taboes doorbroken en kunnen andere mensen worden geholpen bij het open zijn naar vrienden en familie. Volgens Ante is Beeldbrengers het juiste medium om haar verhaal te kunnen doen, omdat het alleen maar draait om de persoon en het leven van de persoon. Ante hoopt dat vooral binnen de gay-scène en het bredere publiek vrouwen die zich als mannen verkleden meer aandacht krijgen.

### 3.2.2 Conclusie

Yagmur en Ante vonden het niet spannend om hun verhaal voor de camera te doen, omdat de Beeldbrengers een erg prettige omgeving creëerden met een open sfeer. Beiden kenden ze Beeldbrengers van tevoren niet, maar waren wel bekend met de werkzaamheden die Beeldbrengers uitvoerden. Tijdens de opnames bewogen de Beeldbrengers zich heel flexibel en prettig om hen heen en gaven een erg vertrouwd gevoel. Tijdens de opnames konden beide geportretteerden hun ideeën en bevindingen inbrengen. Ante vond het prettig dat de aflevering alleen maar om haar zelf en Mason Tonight draaide en Yagmur vond het prettig dat zij haar verhaal kon doen en het op deze manier achter haar kon laten. Beiden hebben door de aflevering het gevoel dat ze hun verhaal hebben kunnen doen en hopen hiermee andere mensen te hebben geïnspireerd. Beide hebben hun doel bereikt met deze aflevering en hebben hun ervaringen kunnen delen met de nieuwe generatie en het bredere publiek.

Na het interview gaf Yagmur aan dat haar zelfbeeld is veranderd en dat ze nu op een positieve manier naar zichzelf kijkt. Ante vindt dat Beeldbrengers het juiste medium is om het bredere publiek en de gay-scène te bereiken en vond het erg prettig om op deze wijze haar verhaal te doen.

## 3.3 Impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker

In de onderstaande paragraaf wordt antwoord gegeven op deelvraag 3. De deelvraag luidt als volgt: **'Wat is de impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker?'**. Om antwoord te geven op de deelvraag is gebruik gemaakt van een kijksessie met een groep studenten. In deze paragraaf worden de resultaten van de kijksessie weergegeven en wordt geconcludeerd wat de impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker is.

De studenten zijn samen de opdrachtgever gaan onderzoeken wat de kijkersdoelgroep van het project beeldbrengers is. Beeldbrengers wordt voornamelijk gekeken op YouTube. Via dit platform kunt u overzichtelijk zien wie de video's kijken. De kijkersdoelgroep van Beeldbrengers is 50% man 50% vrouw in de leeftijdscategorie 16 t/m 23 jaar. Met deze bevindingen hebben de studenten een kijk sessie gefaciliteerd met de kijkersdoelgroep van Beeldbrengers.

Tijdens de kijk sessie namen de studenten een voor en een na meting af bij de groep. Tussen de voor en de na meting lieten ze de *Beeldbrengers: RN7 Aflevering 4* zien. De aflevering is te zien door op deze link te klikken: <https://www.youtube.com/watch?v=bc4LyOSx3g0>

Het doel vanuit Beeldbrengers is om te *informer*, *verschillende perspectieven te bieden*, om te *entertainen*, *hulp en advies te bieden*, *dialogoog te creëren*, *begrip te tonen van verschillende levensstijlen en leeftijdscategorieën*, *het enthousiasmeren van jongeren: motiveren en inspireren*, en *mensen kritisch na te laten denken*.

De resultaten van de kijk sessie worden met deze doelen vergeleken om uit te vinden of dit daadwerkelijk het effect is op de kijkers en of nieuwe effecten naar boven komen. De vragenlijst die tijdens de kijk sessie werd gebruikt is te vinden in bijlage 3.

Achteraf gezien waren sommige voor- en nameting vragen niet goed geformuleerd. Hierdoor was het moeilijk om een vergelijking te maken, en daarom konden niet alle vragen en antwoorden gebruikt worden als resultaat in het onderzoek. Daarnaast waren sommige antwoorden niet bruikbaar, omdat ze niet gericht waren op de deelvraag *“Wat is de impact van Beeldbrengers’ media-uitingen op de kijker/ontvangen?”*.

### Nameting



Grafiek 9: Leerervaring kijk sessie

Na het kijken van het Beeldbrengers fragment bleek het dat acht deelnemers van de kijk sessie geïnformeerd waren over behandelde thema's en topics tijdens het kijken. Verder waren er drie deelnemers die meer te weten zijn gekomen over Jongeren Stip in Nijmegen, dat het bestaat en wat het is. Door de filmpjes van Beeldbrengers is er meer bekendheid voor Jongeren Stip en Beeldbrengers ontstaan. Daarnaast gaf één deelnemer aan niks te hebben geleerd. Van deze bevindingen kan ervan uit worden gegaan dat meer dan de helft van de kijkers iets hebben geleerd na het kijken van de aflevering.

Doordat alleen een kijkssessie met één Beeldbrengers aflevering is gehouden kan niet worden geconcludeerd dat kijkers altijd iets leren van de aflevering. Alhoewel de meeste afleveringen uit drie fragmenten bestaan, zoals bij de gekeken aflevering tijdens de kijkssessie: 'Ben ik in Beeld?', 'Vraag Voor een Vriend', en 'Girls on Topic'. In de antwoorden van de deelnemers kwamen verschillende resultaten naar boven over wat ze geleerd hadden, zoals: 'ik weet nu wat 'drag' is' (fragment 'Ben ik in Beeld'), 'altijd open staan voor ideeën en adviezen' (fragment 'Ik Vraag Dit Voor een Vriend') en dat het 'moeilijk is om een balans tussen twee culturen te vinden is' (fragment 'Girls on Topic'). Hieruit blijkt dat een kijker meestal iets heeft geleerd of geïnformeerd is na een aflevering van Beeldbrengers. Toch kan niet worden geconcludeerd dat dit bij elke aflevering het geval is, daar moet meer onderzoek voor worden gedaan.

### Voormeting

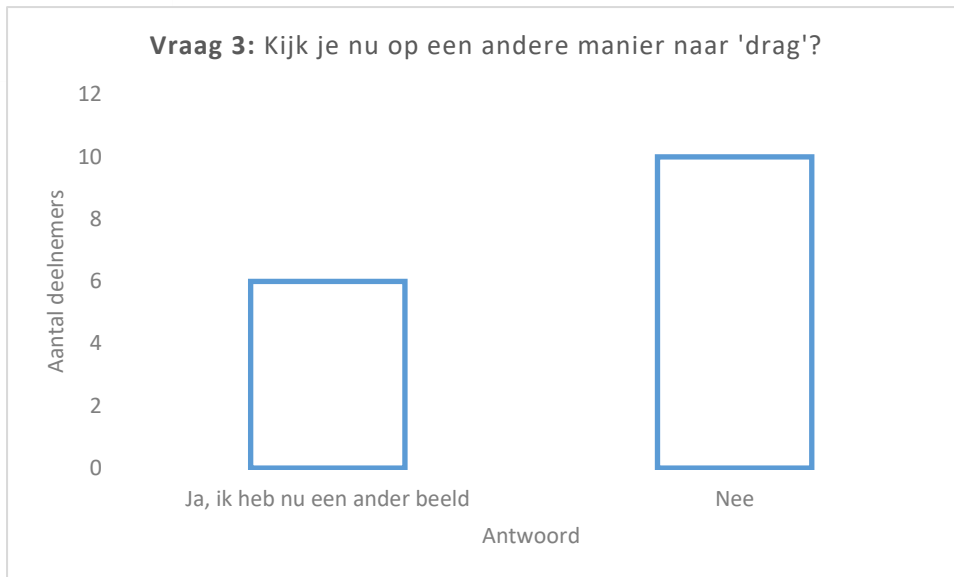


Grafiek 10: Vraag over 'drag'

Bij vraag 7 waren de resultaten divers. Negen deelnemers wisten van tevoren al wat 'drag' was en zeven niet. Andere antwoorden op de vraag waren: "zichzelf kunnen uiten – overdreven - veel taboe over - verkleden als andere gender – ik heb er niks mee - entertainment" hieruit blijkt dat veel deelnemers een ander beeld of mening over het onderwerp hadden.

### Nameting

Met de nameting vraag werd gekeken of de aflevering had gezorgd dat de kijkers nu op een andere manier naar 'drag' keken.

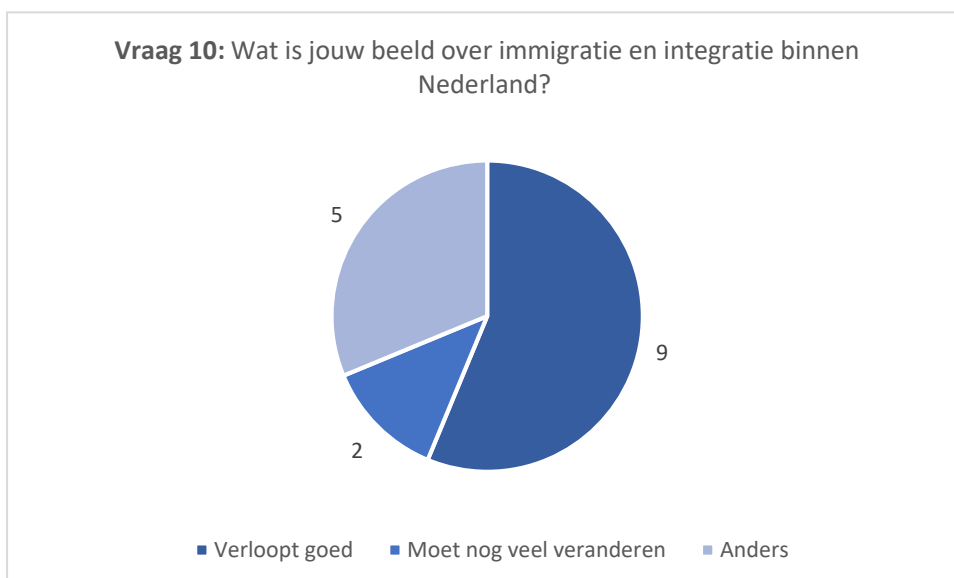


Grafiek 11: Wijze van kijken naar 'drag'

Het bleek dat 10 mensen geen ander beeld hadden gekregen wat 1 meer was dan de voormeting. Wat betekent dat de meeste niet een nieuw beeld of informatie hebben gekregen na het kijken van de aflevering. 6 deelnemers hebben wel een ander beeld gekregen. 4 van deze 6 hadden eerst 'geen idee' geantwoord op wat 'drag' is en na het filmpje een ander of nieuw beeld hadden gekregen.

#### Voormeting

Tijdens het fragment 'Girls on Topic' ging het over integratie en immigratie in Nederland, en hoe het is om te leven in twee culturen, de Turkse en Nederlandse cultuur. De deelnemers werden gevraagd wat hun beeld over immigratie en integratie binnen Nederland is voordat de aflevering werd vertoond. 9 deelnemers antwoordden dat het goed verloopt en 2 zeiden dat er nog veel moet veranderen.

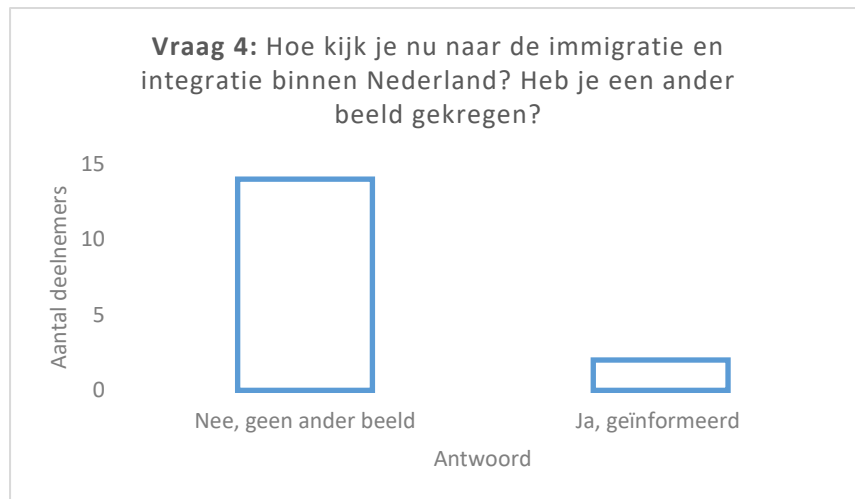


Grafiek 12: Beeld immigratie en integratie

5 deelnemers hadden een ander antwoord gegeven dat waren: *“ik hou me er niet veel mee bezig – te veel immigranten in Nederland – media schuift dit onderwerp weg – onderwerp dat discussie oplevert – soepele beleidsvorming over dit thema”*. Meeste deelnemers hadden een mening over dit onderwerp.

### Nameting

Na de aflevering werden ze gevraagd hoe ze nu naar het onderwerp keken en of ze een ander beeld hadden gekregen.



Grafiek 13: Terugkijk immigratie en integratie

14 deelnemers hadden geen nieuw beeld over immigratie en integratie in Nederland en de overige 2 deelnemers waren wel geïnformeerd over het onderwerp. Het kan zijn dat weinig deelnemers iets geleerd hebben van dit fragment omdat het inhoudelijk geen nieuwe inzichten gaf vergeleken met de voorkennis die de deelnemers al beschikken over het onderwerp. De meeste deelnemers behalve 1 hadden een mening over het onderwerp wat betekend dat het fragment bijvoorbeeld niet sterk genoeg was om een nieuw beeld te geven.

### 3.4 Maatschappelijke meerwaarde meetbaar en zichtbaar maken

In de onderstaande paragraaf wordt antwoord gegeven op deelvraag 4. De deelvraag luidt als volgt: **‘Hoe kunnen we de maatschappelijke meerwaarde van beeldbrengers meetbaar en zichtbaar maken?’**. In deze paragraaf wordt besproken dat de maatschappelijke meerwaarde volgens de kosten-baten analyse wordt berekend. Uiteindelijk weergeeft de maatschappelijke meerwaarde van het project Beeldbrengers in geld.

In een MKBA worden alle kosten en baten weergegeven als netto contante waarde. De toekomstige gelstromen worden, via de discontovoet, vertaald in euro’s van vandaag. Die euro’s kunnen namelijk vandaag op de bank worden gezet en is dan volgend jaar uitgegroeid tot het originele bedrag plus de rente. In de uitwerkingen van de kosten en baten is uitgegaan van vier jaar en worden de euro’s van in het huidige basisjaar opgeteld. De hoofdvraag die een MKBA beantwoord is of de baten voor Beeldbrengers opwegen tegen de kosten die gepaard gaan met de investering. Hierbij staat de welvaart van Beeldbrengers centraal. Daarnaast worden de effecten van de investering in kaart gebracht en worden onderbuikgevoelens op die manier tegen het licht gehouden (SEO, 2016).



Een maatschappelijke kosten-baten analyse volgens het sociale domein bestaat uit het volgende stappenplan (SEO, 2016):

- Probleemanalyse
- Vaststellen projectalternatief
- Vastellen nul-alternatief
- Bepalen van effecten en baten:
  - Identificeer effecten
  - Kwantificeer effecten
  - Waardeer effecten
- Bepalen van kosten
- Risicoanalyse
- Opstellen van het overzicht van kosten en baten
- Resultaten presenteren

Het stappenplan wordt hieronder toegelicht en uitgewerkt.

#### 3.4.1 De probleemanalyse

Bij de probleemanalyse wordt gekeken naar de knelpunten die ontstaan en welke kansen onbenut blijven als niet wordt ingegrepen. De bedreiging die zich momenteel voordoet is dat Beeldbrengers erg afhankelijk is van de subsidie van ZonMW. Vanuit de middelen van ZonMW kan een project worden opgebouwd binnen de proeftuin. Het probleem dat zich voordoet is dat Beeldbrengers binnen anderhalf jaar moet stoppen met het project. Het is daarom van belang dat Beeldbrengers zich gedurende deze tijd blijft ontwikkelen en hiervoor worden diverse scenario's in kaart gebracht voor continuering. Daarnaast blijft het intakegesprek hetzelfde en wordt weinig bijdragen aan de maatschappelijke diensttijd van de jongeren bij Beeldbrengers. Beeldbrengers heeft een aantal kansen op het gebied van samenwerken met organisaties als de gemeente Nijmegen, vrijwilligersorganisatie in Nijmegen, RN7 en Bindkracht10. Jongeren kunnen ook worden opgeleid om zich in de toekomst in te spannen voor het begeleiden van nieuwe jongeren in het maken van media. Het idee bij de probleemanalyse is om de doelstelling in kaart te brengen, waarbij de maatschappelijke meerwaarde in kaart wordt gebracht.

#### 3.4.2 Opstellen projectalternatief

Het doel is uiteindelijk om het projectalternatief af te zetten tegen het nul-alternatief. Belangrijk bij het definiëren van het nul-alternatief is dat rekening wordt gehouden met de autonome ontwikkeling. Het beleid volgens het projectalternatief is momenteel gericht op het ondersteunen van jongeren tussen de 14 en 23 jaar, om creatieve skills te ontwikkelen onder begeleiding van professionele mediamakers. Het doel is om binnen 18 maanden minimaal 80 jongeren deel te laten nemen als mediamaker. Daarnaast is in het beleid opgenomen dat via een wervingscampagne minimaal 90 procent van alle jongeren in de regio (de gemeenten Nijmegen, Berg en Dal, Druten, Beuningen, Wijchen, Mook en Middelaar, Overbetuwe en Heumen) bereikt zijn. Wekelijks maken de deelnemers een televisieprogramma van minimaal 15 minuten, om mediavaardigheden op te doen en impact te maken op de kijker. Als laatst wordt vanuit het MDT verwacht dat de jongeren minimaal 400 mediaproducties maken. Door hieraan te voldoen wordt aan de richtlijnen van MDT voldaan en daarnaast wordt de maatschappelijke meerwaarde rapportage in kaart gebracht. Door beide aspecten te voldoen blijft Beeldbrengers subsidie ontvangen van ZonMW.

Om deze doelen te bereiken worden de volgende middelen gebruikt:

- Projectgroep: Geeft sturing aan het project

- Organisatieteam: Houdt zicht bezig met de organisatie en randvoorwaarden van de activiteiten van het project
- Uitvoering: Bepaald de onderwerpen die worden uitgezonden
- Monitoring en evaluatie: Houdt het proces van de deelnemende jongeren bij en evalueert regelmatig
- Het is de bedoeling dat de deelnemende jongeren met hun opgedane kennis en vaardigheden nieuwe deelnemers kunnen opleiden

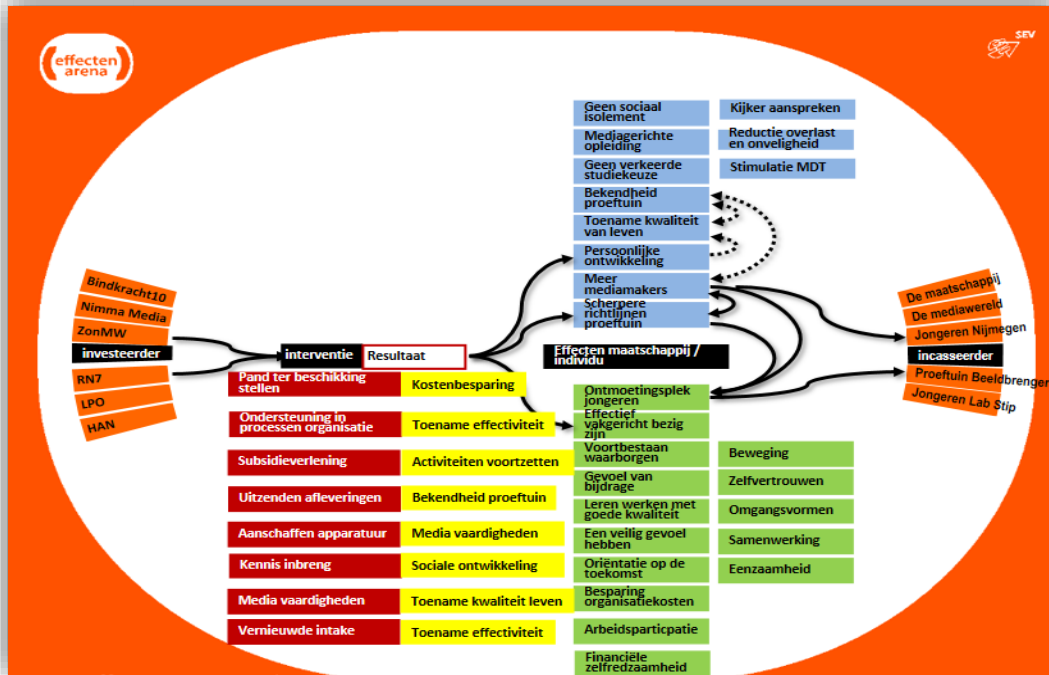
Volgens het scenario van de Welvaart en Leefomgeving neemt de bevolking tussen 2012 en 2050 met 15 procent toe (Cultureel Planbureau, 2015). In de cijfers is terug te zien dat jongeren in de regio Gelderland trekken naar de steden Arnhem en Nijmegen. Daarnaast trekken meer buitenlandse migranten naar Nijmegen, wegens haar voorzieningen. Dit betekent voor Beeldbrengers dat zich meer jongeren en migranten concentreren in de regio Nijmegen en omgeving. Door deze ontwikkelingen en voldoende financiële middelen kan de proeftuin zich uitbreiden en zich nationaal gaan vestigen.

### 3.4.3 Opstellen nul-alternatief

Volgens het nul-alternatief wordt de wereld beschreven in het geval dat de interventie niet wordt uitgevoerd. Wanneer het projectalternatief niet wordt uitgevoerd, kan Beeldbrengers niet voldoen aan de richtlijnen van ZonMW. Dit betekent voor Beeldbrengers dat ze voor 1,5 jaar subsidie hebben mogen genieten, maar daarna deze ondersteuning niet meer krijgen. Volgens het nul-alternatief verkrijgt Beeldbrengers haar financiële middelen bij andere partijen. Doordat ZonMW geen financiële ondersteuning biedt, zal de organisatie meer hulp moeten gaan vragen aan de gemeente Nijmegen en vrijwilligersorganisaties. De proeftuin kan hierdoor niet voldoende groeien en het deelnemersaantal bestaat ongeveer uit 35 deelnemers. Dit zorgt ervoor dat de Beeldbrengers één van haar hoofddoelstellingen niet bereikt en het aantal deelnemers op lange termijn stagneert.

### 3.4.4 Bepalen van effecten en baten

Vervolgens wordt gekeken naar de effecten die optreden als gevolg van het verschil tussen het projectalternatief en het nul-alternatief. Om de effecten te identificeren is gebruikt gemaakt van de effectenarena. De effectenarena laat zien wie de investeerders van de organisatie zijn, welke interventies dit oplevert, wat de resultaten zijn, het effect van de interventie en de incasseerders (Effectenanalyse Thuishuis, 2018). Het effect is gesplitst in individuele effecten en maatschappelijke effecten. In de berekeningen van de MKBA is rekening gehouden met de maatschappelijke effecten en worden de individuele effecten buiten beschouwing gelaten. In afbeelding 5 zijn voor het project Beeldbrengers de investeerders, interventies, resultaten en incasseerders weergegeven.



Afbeelding 5: de uitgewerkte effectenarena

Het kwantificeren en waarderen van de effecten wordt uitgevoerd volgens de volgende vijf onderdelen (SEO, 2016):

- Het geld waarderen van de effecten die optreden
- De kosten volgens de kosten-batenanalyse
- De verdelingseffecten
- De waardering van de disconteringsvoet

Aanvullend worden de kwantificatie en waarderingen van de effecten in een overzichtelijk Social Return On investment overzicht gebracht. Volgens deze methode heeft een interventie of activiteit invloed op de kwaliteit van de Beeldbrengers. Dat effect vindt haar oorsprong in de gedachte aan eenzaamheid, persoonlijke ontwikkeling, reductie van jeugdoverlast, toekomstgericht bezig zijn en besparing van de organisatiekosten.

#### 3.4.4.1 Het geld waarderen van de effecten die optreden

##### 3.4.4.1.1 Welvaartswinst

Bij het waarderen van de effecten gaat het om de welvaartseffecten die optreden door Beeldbrengers. Er kan dan gedacht worden in de verandering in productie en werkgelegenheid, lonen en inkomen, belastingen, premies en uitkeringen. De welvaartseffecten zijn in tabel 2 opgenomen en uitgesplitst naar soorten effecten en bij wie ze optreden. De welvaartseffecten leiden tot een welvaartswinst.

#### Productie en werkgelegenheid

Bij de productie en de werkgelegenheid wordt het inkomen van een gemiddelde MBO'er weergegeven, omdat de meeste deelnemers bij Beeldbrengers afkomstig zijn van het MBO. Dit inkomen wordt vergeleken met het bruto-inkomen van een mediamaker. Door beide inkomens te vergelijken kan het effect voor de productie en werkgelegenheid worden berekend. Het gemiddelde

bruto jaarsalaris voor een MBO'er bedraagt €24.500 (Gemiddelden, 2018). Een mediavormgever in loondienst kan rekenen op zo'n €2.650,- bruto per maand. Jaarlijks verdient een mediavormgever ongeveer €31.800 (Nationale beroepengids, 2017). Om de waarde van de productieverandering per deelnemer te bereken, moet worden gekeken naar het brutoloon en het percentage van de werkgeverslasten. Het verschil in het brutoloon is €7.300,-. In 2016 was het gemiddelde bruto jaarloon van een voltijd werknemer gelijk aan €37.000 (OneTime, 2018) en de totale brutoloonkosten van een voltijd werknemer €53.800 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2018). Het verschil daartussen zijn de werkgeverslasten, die dus 45,4 procent van het brutoloon bedragen. De waarde productie verandering per deelnemer bij Beeldbrengers per jaar bedraagt €3.314,20 ( $45,4\% * €7.300$ ). Voor alle deelnemers levert dit een baat van €115.997,- ( $€3.314,20 * 35$  deelnemers) op.

### Belastingen

Voor de belastingen wordt gekeken naar de extra belastinginkomsten die de overheid genereert doordat iemand een hoger inkomen heeft door mee te hebben gelopen bij Beeldbrengers. Het extra inkomen dat de deelnemer van Beeldbrengers geniet door deelname is €7.300 ( $€31.800 - €24.500$ ). Bij de waarde extra belastinginkomsten wordt het belastingtarief vermenigvuldigd met het verschil in brutoloon. Per 2020 gaat de inkomstenbelasting over naar het tweeschijvenstelsel en zal bij een inkomen van onder de €68,507 een belastingtarief van 37,35% worden gerekend (Kamer van Koophandel, 2016). De waarde van de extra belastinginkomsten per deelnemer bij Beeldbrengers per jaar bedraagt €2.726,55 ( $€7.300 * 37,55\%$ ). Voor alle deelnemers genereert dit een baat van €95.429,25 ( $€2.726,55 * 35$  deelnemers).

### Uitkeringen

Doordat jongeren bij Beeldbrengers actief zijn, is de kans aanwezig dat minder deelnemers van deze groep aanspraak maken op een uitkering. De besparing op uitkeringslasten is een direct welvaartseffect. De omvang daarvan hangt af van het soort uitkering, de mate waarin uitkering vervalt en van de achtergrondkenmerken van de uitkeringsgerechtigde. Doordat dit niet duidelijk te bepalen is, is uitgegaan van een bijstandsuitkering voor een alleenstaande. Volgens het sociaalverhaal ontvangt een alleenstaande ouder dan 21 jaar een uitkering van €1.025,55 per maand (Sociaalverhaal, 2019). Dit komt neer op een uitkering van €12.306,60 per jaar. Daarnaast is ervanuit gegaan dat de helft van de werklozen een uitkering ontvangt op bijstandsniveau. Binnen Beeldbrengers zijn 35 deelnemende jongeren aanwezig. Dit komt neer op een bijstandsbesparing voor de overheid van €215.364,63 ( $€12.306,60 * 50\% * 35$  deelnemers).

#### 3.4.4.1.2 Gezondheidswinst

Naast de welvaartswinst ontstaat een gezondheidswinst. Bij gezondheidswinst kan worden gedacht aan kostenbesparing voor psychische kosten, meer werkzame uren door beter gezondheid (productiewinst) en de extra consumptie en vrije tijd als gevolg van de interventie.

### Langer leven

Het langer leven wordt als volgt verwerkt in de kosten-baten analyse. Naar verwachting hebben de jongeren door deelname bij Beeldbrengers een levensverwachting van 2 jaar langer door deelname, door de bijdrage aan hun geestelijke gesteldheid. Bij de berekening wordt ervanuit gegaan dat de gemiddelde levenskwaliteit in de 2 extra jaren 0,8 bedraagt. De gezondheidswinst voor het langer leven bedraagt tussen de €80.000,- ( $2 \text{ jaar} * 0,8 * €50.000$ ) en €160.000,- ( $2 \text{ jaar} * 0,8 * €100.000$ ) per

deelnemer. Voor alle deelnemers levert dit een gezondheidswinst van €4.200.000,- (35 deelnemers\*((80.000+160.000)/2)) op.

### **Bestrijding sociaal isolement (besparing psychische kosten)**

Door deelname aan Beeldbrengers hebben de jongeren meer sociaal contact met leeftijdsgenoten en dit heeft tot gevolg dat de jongeren minder eenzaam zijn. Om de besparing van sociaal isolement te berekenen, is gekeken naar de besparing aan psychische kosten voor eenzaamheid. Om de gezondheidswinst voor psychische kostenbesparing te berekenen zijn een aantal kengetallen genomen. De kosten voor psychisch verzuim zijn €45.000, ervanuit gaan dat de gemiddelde verzuimduur bij psychische oorzaak ongeveer 180 dagen is en de kosten van één verzuimdag €250 is (Samen sterk zonder stigma, 2017). Door deelname aan Beeldbrengers zal het ziekteverzuim percentage met 10 procent vooruitgaan. De psychische kostenbesparing bedraagt in totaal €157.500,- (20%\*€45.000\*35 deelnemers) per jaar.

### **Extra werkzame uren**

Door deelname bij Beeldbrengers wordt de productiviteit van de deelnemers positief bevorderd en zal door hun betere geestelijke- en lichamelijke gesteldheid een bijdrage worden geleverd aan extra werkzame uren. In 2019 zijn het aantal te werken uren voor een fulltime medewerker 1856 uur. Ervanuit gaan dat het ziekteverzuim 10% lager is, zal het aantal extra werkzame uren 183,6 (10%\*1836) bedragen. Hierdoor neemt de productiviteit met 10% toe. Voor het onderzoek is ervanuit gegaan dat 1% productiviteit toename per medewerker per jaar, €950 zal bedragen (Rendement Uitgeverij, sd). De gezondheidswinst van de extra werkzame uren bedraagt in totaal €332.500,- (€950\*10\*35 deelnemers).

#### **3.4.4.1.3 Sociale interventies en woonomgeving**

Naast de gezondheidswinst wordt gekeken naar de sociale interventies en woonomgeving. Bij de waardering van de baten wordt gekeken naar de besparing aan criminaliteit en vandalisme. De jongeren gaan door deelname minder snel over tot criminaliteit en vandalisme, waardoor minder rommel, geluidsoverlast, vernieling en een onveilig gevoel voorkomt.

### **Criminaliteit en vandalisme**

Volgens de site 'criminaliteit in beeld' is een artikel verschenen waarin werd verteld dat de criminaliteit jaarlijks 13 miljard euro kost. Verdeeld over 17 miljoen inwoners komt dit neer op €757,74 per inwoner (Unity, 2016). Jaarlijks wordt ongeveer 35 miljoen euro uitgegeven aan kosten voor vandalisme. Gemiddeld genomen heeft 20% van de bevolking vandalisme gepleegd. De kostenbesparing voor vandalisme per deelnemer per jaar komt neer op €10,30 ((35 miljoen/ (20%\*17 miljoen) (RTL nieuws, 2012). In het onderzoek is ervanuit gegaan dat de deelnemers zonder deelname 20 jaar lang actief is geweest in het criminele circuit en dat de jongeren in totaal voor 10 jaar aan vernieling plegen. Dit komt neer op een kostenbesparing voor criminaliteit en vandalisme van in totaal €534.023,- (20 jaar\*35 deelnemers\*€757,74) + (10 jaar\*35 deelnemers\*€10,30).

#### **3.4.4.2 De kosten volgens de kosten-batenanalyse**

De kosten voor de MKBA van Beeldbrengers is vooral gericht op de alternatieven en lasten van de subsidieverlening. De subsidie wordt vanuit ZonMW ontvangen en is afkomstig uit overheidsuitgaven.

## Alternatieve opbrengsten

Op een indirecte wijze ontvangt Beeldbrengers vanuit overheidsuitgaven subsidie. De maatschappelijke kosten bestaat uit een alternatieve opbrengst van de subsidie die ze hebben verleend. De verleende subsidie had elders kunnen worden gerealiseerd. Deze alternatieve opbrengst bestaat uit overheidsuitgaven voor investeringen, onderhoudsactiviteiten of andere vormen van productie te financieren. De opbrengsten voor productiemiddelen van de alternatieve overheidsuitgaven worden in dit geval meegenomen in de MKBA. Deze gemiste opbrengsten worden opportunitetskosten of opofferingskosten genoemd. Dit zijn de gederfde baten van het beste, niet gekozen, alternatief. Voor de alternatieve opbrengst is gekeken naar de winst voor kapitaal. Bij de winst voor kapitaal is gekeken naar de rente-inkomsten per jaar als het bedrag op een 5-jaarlijkse deposito staat. De jaarlijkse rente op de 5-jaars deposito is 0,76%. In tabel 1 staat een overzicht van de gemiste renteopbrengsten.

| Jaar:                             | Beginwaarde | Renteopbrengst (0,76%) | Eindwaarde  | Extra toevoeging subsidie |
|-----------------------------------|-------------|------------------------|-------------|---------------------------|
| 1                                 | € 350.000   | € 2.660                | € 352.660   | € 350.000                 |
| 2                                 | € 702.660   | € 5.340                | € 708.000   | € 350.000                 |
| 3                                 | € 1.058.000 | € 8.041                | € 1.066.041 | € 350.000                 |
| 4                                 | € 1.416.041 | € 10.762               | € 1.426.803 | € 350.000                 |
| 5                                 | € 1.776.803 | € 13.504               | € 1.790.307 |                           |
| Totale gemiste rente opbrengsten: |             | <b>€ 40.307</b>        |             |                           |

Tabel 1: Rente opbrengsten deposito (Sparrente, 2018)

Uit tabel 1 blijkt dat door het subsidiebedrag te gebruiken voor een deposito lening. Het subsidiebedrag over 5 jaar in totaal € 40.307,- opbrengt. Deze opbrengsten worden door de subsidieverlening niet gerealiseerd en daarom zijn het opportunitets- of opofferingskosten volgens de MKBA.

## Belasting lasten

De subsidie die Beeldbrengers ontvangt, wordt belast met belastingen. De subsidie brengt hogere belastingen met zich mee. De belastingen zorgen voor een versturende werking in de economie, waardoor welvaartsverlies optreedt. De hoogte van het subsidiebedrag is afhankelijk van de kosten derden en uitbesteding, kosten apparatuur en kosten materialen. Bij kosten van derden kan gedacht worden aan directe projectkosten, het gaat hier om facturen die van derden worden ontvangen. Bij kosten van apparatuur kan bij Beeldbrengers worden gedacht aan de camera-apparatuur, de programma licenties voor bewerkingsprogramma's. Bij materialen kan gedacht worden aan alle andere gebruiksmiddelen die in het pand van Beeldbrengers staat.

Volgens de belastingdienst moet over de subsidie een bedrag aan belasting worden betaald als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

- Beeldbrengers levert een tegenprestatie aan een groep en de subsidie is een vergoeding voor de tegenprestatie.
- ZonMW heeft rechtstreeks voordeel van de activiteiten waarvoor zij subsidie verlenen.

Aan beide voorwaarden wordt voldaan en wordt belasting betaald over het subsidiebedrag. Jaarlijks ontvangt Beeldbrengers ongeveer € 10.000,- aan subsidie per deelnemer. Jaarlijks verdient Beeldbrengers voor de 35 deelnemers ongeveer € 350.000,-. Bij een jaarlijks subsidiebedrag van € 350.000, het welvaartsverlies bedraagt €73.500,- ( $€ 350.000 \cdot 21\%$ ) per jaar. Gemiddeld wordt

ervanuit gegaan dat een Beeldbrenger 5 jaar meeloopt bij Beeldbrengers. Dit komt neer op een totaal welvaartsverlies van €367.500,- ( $€73.500 \cdot 5$  jaar).

#### *3.4.4.3 De verdelingseffecten*

Bij de verdelingseffecten wordt gekeken naar de opbrengst voor de incasseerders die in de effectenarena zijn weergegeven. De incasseerders bestaan uit:

- De maatschappij
- De mediawereld
- De jongeren in Nijmegen
- De proeftuin Beeldbrengers
- Jongeren Lab Stip

Per incasseerder wordt kort toegelicht wat de positieve effecten voor hen zijn door gebruik van de maatschappelijke meerwaarde rapportage.

Het positieve effect voor de maatschappij bestaat uit jongeren die productiever zijn in hun werkzaamheden. Daarnaast ervaren de jongeren minder eenzaamheid en is de kans op criminaliteit en vandalisme minder groot. Voor de mediawereld levert het een extra opleidingsbron op, waar jongeren op een eenvoudige manier kennis kunnen maken met het media maken. De jongeren in Nijmegen krijgen een beter inzicht in de meerwaarde Beeldbrengers en wat het hen kan opleveren in de toekomst op het gebied van sociale ontwikkeling, persoonlijke ontwikkeling en mediavaardigheden.

Voor de proeftuin Beeldbrengers levert dit een beter inzicht in de opbrengsten van haar werkzaamheden op. Dit kan het bedrijf gebruiken in haar intakegesprekken met nieuwe Beeldbrengers. Voor jongeren Lab Stip betekent dit dat de bekendheid van het pand in de regio Nijmegen wordt uitgebreid. Dit leidt ertoe dat meer jongeren gebruik gaan maken van het pand en haar faciliteiten.

#### *3.4.4.4 De waardering van de disconteringsvoet*

Bij de waardering van de disconteringsvoet moeten de toekomstige kosten en baten worden teruggerekend tot een contante prijs in het basisjaar. Alle kosten en baten in de toekomst worden teruggerekend naar de huidige contante waarde in het basisjaar 2020. In vrijwel alle gevallen geldt een reële discontovoet van 3 procent inclusief risico-opslag. In tabel 1 staat een overzicht van de contante waarde van alle baten van de MKBA van Beeldbrengers. Alle bedragen zijn berekend op basis van 35 deelnemers bij Beeldbrengers.

| Interventie                            | Jaar na investering | Baten                | Contante waarde (disconterings voet 3%) | Aantal jaren | Gecumuleerd                 |
|--|---------------------|----------------------|---|--------------|-----------------------------|
| <b>Welvaartswinst</b>                  |                     |                      |   |              |                             |
| Productieverandering                   | 50                  | €115.997,-           | <sup>1</sup> € 26.460,-                 | 50           | <sup>8</sup> € 2.984.575,-  |
| Extra belastinginkomsten               | 50                  | € 95.429,25          | <sup>2</sup> € 21.768,-                 | 50           | <sup>9</sup> € 2.455.372,-  |
| Bijstandsuitkering besparing           | 50                  | € 215.364,63         | <sup>3</sup> € 49.126,-                 | 50           | <sup>10</sup> € 5.541.281,- |
| <b>Totaal:</b>                         |                     | <b>€ 426.790,88</b>  | <b>€ 97.354,-</b>                       |              | <b>€ 10.981.228,-</b>       |
| <b>Gezondheidswinst</b>                |                     |                      |   |              |                             |
| Langer leven                           | 70                  | € 4.200.00,-         | <sup>4</sup> € 265.224,-                | 2            | <sup>11</sup> € 538.406,-   |
| Besparing sociaal isolement            | 50                  | € 157.500,-          | <sup>5</sup> € 35.927,-                 | 50           | <sup>12</sup> € 4.052.438,- |
| Extra werkzame uren                    | 50                  | € 332.500,-          | <sup>6</sup> € 75.846,-                 | 50           | <sup>13</sup> € 8.555.147,- |
| <b>Totaal:</b>                         |                     | <b>€ 4.690.000,-</b> | <b>€ 376.997,-</b>                      |              | <b>€ 13.145.991,-</b>       |
| <b>Sociale interventie en omgeving</b> |                     |                      |   |              |                             |
| Besparing criminaliteit en vandalisme  | 20                  | € 534.023,-          | <sup>7</sup> € 295.676,-                | 20           | <sup>14</sup> € 7.944.914,- |
| <b>Totaal:</b>                         |                     | <b>€ 534.023,-</b>   | <b>€ 295.676,-</b>                      |              | <b>€ 7.944.914,-</b>        |
| <b>Totale baten:</b>                   |                     |                      | <b>€ 770.027,-</b>                      |              | <b>€ 32.072.133,-</b>       |

Tabel 2: Contante waarde baten

| BEREKENING CONANTE WAARDE                     | BEREKENING GECUMULEERD  |
|---|---|
| <sup>1</sup> 115.997/(1,03 <sup>50</sup> )    | <sup>8</sup> 115.997*(1-1,03 <sup>50</sup> )/(1,03-1)                     |
| <sup>2</sup> 95.429,25/(1,03 <sup>50</sup> )  | <sup>9</sup> 95.429,25 *(1-1,03 <sup>50</sup> )/(1,03-1)                  |
| <sup>3</sup> 215.364,63/(1,03 <sup>50</sup> ) | <sup>10</sup> 215.364,63*(1-1,03 <sup>50</sup> )/(1,03-1)                 |
| <sup>4</sup> 2.100.000/1,03 <sup>70</sup>     | <sup>11</sup> 2.100.000/1,03 <sup>69</sup> + 2.100.000/1,03 <sup>70</sup> |
| <sup>5</sup> 157.500/(1,03 <sup>50</sup> )    | <sup>12</sup> 157.500*(1-1,03 <sup>50</sup> )/(1,03-1)                    |
| <sup>6</sup> 332.500/(1,03 <sup>50</sup> )    | <sup>13</sup> 332.500*(1-1,03 <sup>50</sup> )/(1,03-1)                    |
| <sup>7</sup> 534.023/(1,03 <sup>20</sup> )    | <sup>14</sup> 534.023*(1-1,03 <sup>20</sup> )/(1,03-1)                    |

Tabel 3: Berekening contante waarde

In tabel 2 zijn de netto contante waarde van de welvaartswinst, gezondheidswinst en sociale interventie en woonomgeving opgenomen. Zoals in tabel 2 te zien is zijn de baten berekend over de looptijd dat de baten zich voordoen. Daarnaast zijn de baten per jaar teruggebracht naar het basisjaar en contant gemaakt. De totale baten van Beeldbrengers komt neer op een bedrag van € 32.072.133,-.

### 3.4.5 Bepalen van de kosten

In paragraaf 3.4.4.2 zijn de kosten van alternatieve opbrengsten en extra belastingen door subsidieverlening besproken. Hierin zijn de berekening van de bedragen in tabel 4 uitgelicht. In tabel 4 is een overzicht opgenomen van de contante waarde van de kosten van de MKBA van Beeldbrengers.



| Interventie                              | Jaar na investering | Kosten                          | Contante waarde (disconteringsvoet 3%) | Aantal jaren | Gecumuleerd        |
|--|---------------------|---------------------------------|--|--------------|--------------------|
| Alternatieve opbrengsten                 | 5                   | € 2.660,- (1 <sup>e</sup> jaar) | € 2.583,-                              | 5            | € 36.187,-         |
| Extra belastingen door subsidieverlening | 5                   | € 73.500,-                      | € 71.359,-                             | 5            | € 336.608,-        |
|  |                     | Totaal:                         | <b>€ 73.942,-</b>                      | Totaal:      | <b>€ 372.795,-</b> |

Tabel 4: Contante waarde kosten

**BEREKENING CONANTE WAARDE**

2.660/1,03

73.500/1,03

**BEREKENING GECUMULEERD**

$$2.660/1,03 + (5.340.1,03^2) + (8.041/1,03^3) + (10.762/1,03^4) + (13.504/1,03^5)$$

$$73.500 * ((1-1,03^{-5}) / (1,03-1))$$

Tabel 5: Berekeningen contante waarde kosten

Bij bepaling van de kosten van het subsidiebedrag is gekeken naar de gemiste opbrengsten voor de overheid voor een periode van 5 jaar. De deelnemende jongeren zijn gemiddeld 5 jaar actief bij Beeldbrengers en binnen deze periode gebruik maken van de faciliteiten die de subsidie verschaft.

### 3.4.6 Risicoanalyse

Bij het onderzoek is het niet alleen van belang om te kijken naar de baten en kosten van Beeldbrengers, maar ook de bedreigingen die het met zich meebrengt. De samenvattende tabel laat de verdeling zien van alle onzekerheden en risico's van de beleidsmaatregelen. In de tweede kolom worden de voorkomende gevolgen van de risico's en onzekerheden weergegeven.

| Onzekerheid/Risico   | Gevolg   |
|--|--|
| 1. Weinig tot geen ondersteuning van de gemeente Nijmegen en vrijwilligersorganisaties | Beeldbrengers heeft moeite met het uitvoeren van haar werkzaamheden, omdat ze bepaalde kennis en apparatuur niet meer kunnen gebruiken |
| 2. Geen subsidie meer ontvangen  | Beeldbrengers ontvangt geen geld meer en haalt haar geld ergens anders vandaan   |
| 3. Pand wordt niet meer ter beschikking gesteld  | Voor de jongeren is er geen ontmoetings- en werkplek meer  |
| 4. Afleveringen worden niet meer uitgezonden   | De afleveringen worden niet beschikbaar gesteld aan de jongeren in Nijmegen  |
| 5. Toestroom nieuwe Beeldbrengers is gering  | Het aantal Beeldbrengers stagneert   |
| 6. Te weinig professionele steun voor mediavaardigheden                                | De jongeren doen te weinig mediavaardigheden op  |

Tabel 6: Risicoanalyse

Na de risico's in kaart te hebben gebracht, wordt ingezoomd op de risico's. Per risico wordt gekeken naar de kans dat het zich voordoet en de impact van de bedreiging. In de vorm van een risicomatrix wordt weergegeven wat de kans en de impact per risico is.

|          | Onwaarschijnlijk | Mogelijk | Zeer kansrijk |
|----------|------------------|----------|---------------|
| Minimaal |                  | Risico 3 | Risico 4      |
| Matig    | Risico 6         | Risico 1 |               |
| Groot    | Risico 5         | Risico 2 |               |

Tabel 7: Risicomatrix

Zoals in tabel 6 te zien is hebben risico 5 en 2 de grootste impact. Om het risico uit te sluiten is er gekeken naar een preventiemaatregel. Per risico wordt een preventiemaatregel uitgelegd, door te voorkomen dat het risico verminderd, verkleint of verdwijnt. Hieronder worden de preventiemaatregelen voor risico 5 en 2 weergegeven.

#### Preventie risico 5

Om te voorkomen dat de toestroom aan nieuwe Beeldbrengers slinkt, is het van belang dat Beeldbrengers nieuwe deelnemers blijft werven. Het werven van nieuwe Beeldbrengers kan gebeuren door vrijwilligers van Beeldbrengers te laten spreken op middelbare scholen en MBO's over de werkzaamheden bij Beeldbrengers. Daarnaast kan de organisatie regelmatig mensen blijven werven op straat of op evenementen waar veel jongeren op af komen. Online moet het bedrijf erg actief zijn, want de meeste jongeren zijn erg actief op sociale media. Als laatst is het van belang dat de organisatie via de gemeente Nijmegen bekender wordt in de regio.

#### Preventie risico 2

Het risico dat Beeldbrengers geen subsidie meer ontvangt van ZonMW, heeft de grootste impact op de proeftuin. Beeldbrengers kan hierdoor haar activiteiten niet kunnen voortzetten, omdat het niet beschikt over voldoende financiële middelen. Om dit te voorkomen is het van belang om het effect van de proeftuin in kaart te brengen voor de jongeren. Het is van belang om een weergave te geven van de persoonlijke en sociale ontwikkeling van de jongeren en de maatschappelijke meerwaarde voor de maatschappij.

#### 3.4.7 Resultaten Maatschappelijke Kosten-Baten analyse

In deze paragraaf wordt de maatschappelijke meerwaarde van het project Beeldbrengers weergegeven. De baten van het project wordt vergeleken met de kosten en hieruit komt de Social Return on Investment naar voren. De Social Return on Investment weergeeft de maatschappelijke meerwaarde van het project Beeldbrenger

| Resultaten MKBA Beeldbrengers            | Netto contante waarde over de looptijd | Totaal bedragen       |
|--|--|-----------------------|
| <b>Totale kosten:</b>                    |  |                       |
| Alternatieve opbrengsten                 | € 36.187,-                             |                       |
| Extra belastingen door subsidieverlening | € 336.608,-                            |                       |
| <b>Totale kosten:</b>                    |  | <b>€ 372.795,-</b>    |
| <b>Totale baten:</b>                     |  |                       |
| <b>Welvaartswinst:</b>                   |  |                       |
| Productieverandering                     | € 2.984.575,-                          |                       |
| Extra belastinginkomsten                 | € 2.455.372,-                          |                       |
| Bijstandsuitkering besparing             | € 5.541.281,-                          |                       |
| <b>Totaal:</b>                           |  | <b>€ 10.981.228,-</b> |
| <b>Gezondheidswinst</b>                  |  |                       |
| Langer leven                             | € 538.406,-                            |                       |
| Besparing sociaal isolement              | € 4.052.438,-                          |                       |
| Extra werkzame uren                      | € 8.555.147,-                          |                       |
| <b>Totaal</b>                            |  | <b>€ 13.145.991,-</b> |
| <b>Sociale interventie en omgeving</b>   |  |                       |
| Besparing criminaliteit en vandalisme    | € 7.944.914,-                          | <b>€ 7.944.914,-</b>  |
| <b>Totale Baten:</b>                     |  | <b>€ 32.072.133,-</b> |
| <b>Social Return on Investment::</b>     |  | <b>€ 31.699.338,-</b> |

Tabel 8: Social Return on Investment

Uit de maatschappelijke kosten-baten analyse is gekeken naar de kosten van het subsidiebedrag over 5 jaar. Bij de baten is vooral gekeken naar de welvaartswinst, gezondheidswinst en sociale interventie en omgeving over een periode van ongeveer 50 jaar, omdat de deelnemende jongeren deze periode actief zijn binnen de arbeidsmarkt. Uit de MKBA kwam naar voren dat de proeftuin Beeldbrengers een positief resultaat heeft van € 31.699.338,-. De kosten van het subsidiebedrag bedraagt beduidend minder dan de opbrengsten die voortvloeien uit de subsidieverlening.

## Hoofdstuk 4: Conclusie(s)

### 4.1 Conclusie: Leerervaring jongeren na deelname

De deelvraag die meehelpt aan de beantwoording van de hoofdvraag luidt als volgt: **‘Welke leerervaringen hebben jongeren na deelname bij Beeldbrengers?’**.

In grafiek 1 van hoofdstuk 3 is te zien in hoeverre de jongeren op alle 7 de thema’s vooruit zijn gegaan ten opzichte van het begin van Beeldbrengers. Zie bijlage 10 voor voorbeeld effectenster. Op het gebied van “sociale aspecten” kan gezegd worden dat de deelnemende jongeren bij Beeldbrengers gemiddeld een stijging van 0,7 hebben ingevuld ten opzichte van de meting van voordat ze begonnen bij beeldbrengers. Op het gebied van “vaardigheden” geven de jongeren aan erg gegroeid te zijn en geven zichzelf gemiddeld een cijfer van 2,4 hoger in vergelijking met hun start bij Beeldbrengers. Daarnaast hebben de jongeren de omgeving van Nijmegen beter leren kennen door Beeldbrengers, dit is terug te zien in het feit dat ze “de omgeving leren kennen” een cijfer van 2,7 hoger geven dan de meting in het verleden.

De “participatie” van de jongeren is toegenomen door deelname aan Beeldbrengers en is met een cijfer van 2 toegenomen. Op het gebied van “emotionele aspecten” hebben de jongeren de effectenster van het heden met 1,3 hoger ingevuld. Met de kijk op de “oriëntatie op de toekomst” hebben de jongeren tijdens de focusgroep sessie dit thema een cijfer van 2,1 hoger gegeven. Bij het thema “kritisch burgerschap” hebben de jongeren zichzelf hoger ingeschat en hebben bij de meting zichzelf met een cijfer van 1,5 hoger gegeven dan tijdens de start van beeldbrengers.

De jongeren hebben tijdens de focusgroep sessie in een aantal woorden aangegeven wat zij hebben geleerd en ontwikkeld in hun tijd bij beeldbrengers.

Op gebied van sociale ontwikkeling gaven de jongeren aan dat ze hebben geleerd om samen te werken, zich op hun gemak te voelen en openheid te tonen.

Op gebied van emotionele ontwikkeling gaven de jongeren aan dat ze hebben geleerd om open te zijn, hun ei kwijt te kunnen binnen de groep, en mensen te vinden met dezelfde mind set.

Op gebied van de ontwikkeling van vaardigheden gaven de jongeren aan dat ze hebben geleerd om verschillende dingen te proberen, open staan voor ontwikkeling en zelfvertrouwen te hebben.

Op gebied van toekomst oriëntatie gaven de jongeren aan dat ze door beeldbrengers meer kennis en ervaring hebben gekregen. Daarnaast zijn ze erachter gekomen wat ze leuk vinden om te doen later en hebben ze een passie kunnen vinden.

Op gebied van de omgeving leren kennen gaven de jongeren aan dat ze door hun deelname bij beeldbrengers nieuwe plaatsen in Nijmegen hebben ontdekt, meer openstaan voor nieuwe plekken en hun perspectief hebben verbreed.

Op gebied van ontwikkeling van participatie gaven de jongeren aan dat ze door beeldbrengers het gevoel hebben dat ze zinvol bezig zijn, zichzelf kunnen ontwikkelen, andere kunnen helpen en gelukkig en trots kunnen zijn op hunzelf.

### 4.2 Conclusie: De impact van de producties van Beeldbrengers op de geportretteerden

De deelvraag die meehelpt aan de beantwoording van de hoofdvraag luidt als volgt: **‘Wat is de impact van de producties die Beeldbrengers maken op de geportretteerden?’**.

Voor deze deelvraag hebben we interviews gehouden met twee individuen, Yagmur en Ante, die geportretteerd zijn in een aflevering van beeldbrengers. Voor transcripties van interviews zie bijlage 3 en 4.

Yagmur en Ante vonden het niet spannend om hun verhaal voor de camera te doen, omdat de Beeldbrengers een erg prettige omgeving creëerden met een open sfeer. Beiden kenden ze Beeldbrengers van tevoren niet, maar waren wel bekend met de werkzaamheden die Beeldbrengers uitvoerden. Tijdens de opnames bewogen de Beeldbrengers zich heel flexibel en prettig om hen heen en gaven een erg vertrouwd gevoel. Tijdens de opnames konden beide geportretteerden hun ideeën en bevindingen inbrengen. Ante vond het prettig dat de aflevering alleen maar om haar zelf en Mason Tonight draaide en Yagmur vond het prettig dat zij haar verhaal kon doen en het op deze manier achter haar kon laten. Beiden hebben door de aflevering het gevoel dat ze hun verhaal hebben kunnen doen en hopen hiermee andere mensen te hebben geïnspireerd. Beide hebben hun doel bereikt met deze aflevering en hebben hun ervaringen kunnen delen met de nieuwe generatie en het bredere publiek.

Na het interview gaf Yagmur aan dat haar zelfbeeld is veranderd en dat ze nu op een positieve manier naar zichzelf kijkt. Ante vindt dat Beeldbrengers het juiste medium is om het bredere publiek en de gay-scène te bereiken en vond het erg prettig om op deze wijze haar verhaal te doen.

### 4.3 Conclusie: Impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker

De deelvraag die meehelpt aan de beantwoording van de hoofdvraag luidt als volgt: **'Wat is de impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker?'**

Om de impact van Beeldbrengers' media-uitingen op de kijker in kaart te brengen, is gebruik gemaakt van een kijk sessie. De kijk sessie bestond uit een voor- en nameting en werd afgenomen bij studenten tussen de 19 en 28 jaar oud.

Uit de resultaten van de kijk sessie kwam naar voren dat 8 van de 12 deelnemers iets had bijgeleerd na het bekijken van de aflevering. Er is naar een aflevering van Beeldbrengers gekeken, om het juiste effect te meten moeten diverse afleveringen worden afgenomen bij meerdere studenten.

Van tevoren is gevraagd aan de deelnemers of zij bekend waren met een 'Drag King'. Veel studenten lieten weten een verschillende mening te hebben over een 'Drag King'. Een aantal studenten was niet bekend met het begrip. Bij de nameting werd gevraagd hoe ze na het bekijken van de aflevering dachten over een 'Drag King'. Uit de nameting kwam naar voren dat veel van de studenten niet een ander beeld hebben gekregen van 'Drag Kings' na het kijken van de aflevering.

Vervolgens werd gevraagd wat de mening van de studenten was over immigranten en de integratie in de Nederlandse cultuur. Uit de resultaten kwam naar voren dat 5 studenten geen mening hadden over immigranten. 2 deelnemers gaven aan dat de het in Nederland goed verloopt met de integratie van migranten. De overige 9 deelnemers gaven aan dat veel moet veranderen binnen het migratiebeleid. Na de aflevering te hebben bekeken hebben 2 studenten een ander beeld gekregen over het onderwerp migratie.

Het doel van Beeldbrengers is om te informeren, verschillende perspectieven te bieden, begrip te tonen van verschillende levensstijlen en het enthousiasmeren van jongeren. Uit de resultaten is gebleken dat de studenten geïnformeerd zijn na het bekijken van de aflevering. Daarnaast is gebleken dat de studenten niet tot een ander perspectief zijn gekomen, omdat ze na het bekijken van de aflevering hetzelfde denken over een 'Drag King'. 2 studenten hebben een ander beeld gekregen over migratie en begrip hebben getoond voor verschillende levensstijlen. Om de impact van de media-uitingen van Beeldbrengers op de kijker nog beter in kaart te brengen, is het van

belang dat meerdere afleveringen van Beeldbrengers worden getoond aan verschillende groepen studenten.

#### 4.4 Maatschappelijke meerwaarde meetbaar en zichtbaar maken

De deelvraag die meehelpt aan de beantwoording van de hoofdvraag luidt als volgt: **‘Hoe kan de maatschappelijke meerwaarde van beeldbrengers meetbaar en zichtbaar worden gemaakt?’**.

De effectenarena laat zien wie de investeerders van het project zijn, wat de interventies zijn, wat de gevolgen van de interventies zijn, wat de effecten van de interventies zijn op een individu en op de maatschappij en welke partijen hiervan profiteren. Daarna zijn de effecten van de maatschappij uitgewerkt in een kostenplaatje. Het kostenplaatje bestaat uit de welvaartswinst, gezondheidswinst en sociale interventie en omgeving. De baten werden contant gemaakt en met een disconteringsvoet van 3% teruggerekend naar het basisjaar. De totale baten van de maatschappelijke meerwaarde bedraagt € 32.072.133,-.

Daarna is gekeken naar de kosten van de MKBA. De kosten bestaan uit alternatieve opbrengsten van het subsidiebedrag en de extra belasting die de subsidieverlening met zich meebrengt. Vervolgens zijn de kosten contant gemaakt en terugggebracht naar het basisjaar. De kosten van de MKBA bedroeg in totaal € 372.795,-.

Vervolgens is gekeken naar de bedreigingen van de kosten en baten die zich voordeden bij de MKBA. Op basis van de risico's, is een risicomatrix gemaakt en zijn preventiemaatregelen opgesteld voor de twee risico's met de grootste impact en kans van voorkomen.

Als laatst is in tabel 8 een overzicht gemaakt van de totale kosten en baten van het project Beeldbrengers. Hier is gekeken naar de baten van de subsidie investering en de kosten die de subsidieverlening met zich meebrengt. Uit het zichtbaar en meetbaar maken van de Social Return on Investment is voortgekomen dat het project Beeldbrengers een maatschappelijke meerwaarde van rond de € 31.700.000,-.

#### 4.5 Conclusie hoofdvraag

De hoofdvraag die met behulp van de deelvragen is beantwoord, luidt als volgt: **‘Wat is de maatschappelijke meerwaarde die de deelnemende jongeren, geportretteerden en kijkers ontwikkelen tijdens beeldbrengers?’**

De deelname en contributie van jongeren, geportretteerden, en kijkers aan het tv-programma Beeldbrengers, is gebleken dat zij de volgende ontwikkelingen hebben doorbracht in het kader van maatschappelijke meerwaarde.

**Deelnemende jongeren** ontwikkelen zich tijdens Beeldbrengers vooral in de thema's 'vaardigheden' en 'de omgeving leren kennen'. Bij bijna alle thema's is bij de deelnemers vooruitgang waargenomen. Om een paar ontwikkelingen te noemen: *deelnemers voelen zich meer open, voelen zich op hun gemak, kunnen beter samenwerken, kunnen hun ei kwijt, bouwen meer zelfvertrouwen op en proberen verschillende dingen uit*. Uit deze resultaten kan gezegd worden dat Beeldbrengers jongeren nieuwe mediavaardigheden en sociale vaardigheden laat ontwikkelen. Dit is van maatschappelijk belang, omdat jongeren later beter zicht hebben op wat ze willen doen en hierdoor betere keuzes maken voor hun carrière. Bij Beeldbrengers wordt aan skills en talenten gewerkt. Dit doen de begeleiders door een nauwe samenwerking tussen de jongeren te behalen. Een belangrijke competentie voor de proeftuin is praktijkervaring. Verder staan ze sociaal gezien sterk in hun schoenen. Dit kan als positief gevolg hebben dat de deelnemers in de toekomst meer openstaan

voor mensen in hun omgeving. Dit is vooral van belang om de sociale cohesie in een grote stad als Nijmegen te stimuleren.

In de huidige wereld zijn vereenzaming en individualisme groeiende problemen. Deze problemen vragen voor initiatieven zoals deze proeftuin. Volgens dit onderzoek is Beeldbrengers van grote meerwaarde voor de maatschappij omdat het jongeren significante sociale- en beroepsvaardigheden aanbiedt. Dit wordt bewezen door de financiële meerwaarde die is berekend in paragraaf 4.4.

### **Geportretteerden**

De geportretteerden hadden met name een *positief zelfbeeld gekregen, het gevoel dat ze gehoord werden en een breed publiek hebben bereikt* tijdens en na hun contributie bij Beeldbrengers. Dit is van belang voor de maatschappij op het sociaal vlak, omdat door Beeldbrengers meningsuiting wordt gestimuleerd door het vertellen van persoonlijke en diverse verhalen. Dit zorgt ervoor dat mensen zich open voelen om elkaar te steunen en persoonlijke verhalen met elkaar te delen.

### **Kijkers**

Uit de resultaten van de kijk sessie bleek, dat de Beeldbrengers aflevering de kijkers had geïnformeerd. De kijkers leren van de afleveringen nieuwe dingen kennen maar weinig kijkers krijgen een ander beeld over een behandeld onderwerp. De aflevering ging over 'drag kings', dit is een onderwerp die niet bekend is in onze maatschappij. De meeste mensen zijn alleen bekend met 'drag queens'. Dit betekent dat de media-uitingen van Beeldbrengers informatie levert voor de kijker over minder besproken thema's in de samenleving. De maatschappelijke meerwaarde hiervan is dat meer begrip wordt gecreëerd door het bespreken van thema's waar mensen minder vanaf weten. Dit is belangrijk voor de maatschappij zodat mensen het gevoel krijgen dat ze geaccepteerd worden en hierdoor zich waardevol voelen. Dit is belangrijk, omdat mensen zich dan geneigd voelen om mee te doen met de maatschappij. Vanuit Beeldbrengers is dit doel gesteld en wordt de participatie van de jongeren bevordert.

### **Meetbaar & zichtbaar**

Het meetbaar en zichtbaar maken van de maatschappelijke meerwaarde is gebeurd via de maatschappelijke kosten-baten analyse, de effectenarena en de Social Return on Investment. Vanuit een economisch perspectief is gekeken naar de baten en kosten van het project en zijn de bedragen teruggebracht naar het huidige basisjaar, door gebruik te maken van een disconteringsvoet van 3%. De baten van het project Beeldbrengers bestaat uit de welvaartswinst, gezondheidswinst en sociale interventie en omgeving. Het totale bedrag aan baten voor het project Beeldbrengers bedroeg ongeveer €32.000.000,-. De kosten van het project bestaat uit de alternatieve opbrengst van het subsidiebedrag en de extra belastingen die de subsidieverlening met zich meebrengt. De kosten van het project bedraagt ongeveer €370.000,-. Door de baten en kosten van de maatschappelijke meerwaarde meetbaar en zichtbaar te maken, is naar voren gekomen dat het project Beeldbrengers een maatschappelijke meerwaarde van ongeveer €31.700.000,- oplevert.

## Hoofdstuk 5: Aanbeveling

In hoofdstuk 5 wordt de aanbeveling voor de maatschappelijke meerwaarde beschreven. Door te kijken naar de resultaten van de deelvragen, kan een aanbeveling worden voorgedragen aan Beeldbrengers.

### Vernieuwde aanpak intake (effectenster)

De effectenster is een meetinstrument die wordt ingezet om de waarde van een project of interventie in kaart te brengen. De Effectenster bestaat uit 6 tot 8 takken met thema's die relevant zijn voor de doelgroep. Deze takken laten zien wat de groei (positief of negatief) van de deelnemers is op een schaal van 1 tot 10, waar 1 het laagst is en 10 het hoogst (Mateman, 2014).

De effectenster voor beeldbrengers bevat de thema's: sociale aspecten, emotionele aspecten, vaardigheden, oriëntatie op de toekomst, omgeving leren kennen, kritisch burgerschap en participatie.

Door de effectenster regelmatig in te zetten, bijvoorbeeld bij intake, voortgang gesprekken en eind gesprek wordt de meerwaarde van het project zichtbaar voor de deelnemer. Dit zorgt ervoor dat de Beeldbrenger actief bezig kan gaan met zijn/haar leerdoelen.

De werkwijze van de effectenster (Mateman, 2014):

1. Uitleg en introductie van de verschillende thema's aan deelnemer.
2. Nulmeting: Vul samen met deelnemer in wat de huidige stand van zaken is per thema. Bespreek daarna ook waar de deelnemer naartoe wil werken en welke interventies daarvoor moeten worden genomen.
3. Stel samen met de deelnemer een actieplan op aan de hand van de ster. Bepaal de thema's waaraan gewerkt gaat worden en wat het doel is.
4. Zet de Effecten Ster in bij vervolcontacten als evaluatiemoment.
5. Eindmeting: sluit het traject af met de effectenster en bespreek welke vooruitgang geboekt is en bekijk samen de meerwaarde van beeldbrengers.

### Groepsgevoel wordt gestimuleerd

Om de jongeren van beeldbrengers te kunnen motiveren om actief aan de slag te gaan met hun ontwikkeling moet aandacht worden besteed aan groepsgevoel en een goede sfeer op de locatie. Jongeren Stip moet een plek worden waar de jongeren graag komen, niet alleen voor opdrachten. Het groepsgevoel kan gestimuleerd worden door naast overdag ook in de avond open te zijn. Veel jongeren bij beeldbrengers zitten op school of volgen een opleiding, door in de avond open te zijn ligt de drempel lager voor jongeren om naar beeldbrengers te komen. Daarnaast kan het groepsgevoel ook gestimuleerd worden door met de jongeren teambuilding activiteiten te ondernemen. Het doel van teambuilding is om samenwerking, sociale binding, vertrouwen, een goede groepsdynamiek en efficiëntie te creëren binnen een groep.

Door meer te investeren in het groepsgevoel wordt het gevoel van inclusie van de jongeren ook gestimuleerd. Inclusie is het gevoel dat de persoon als individu er mag zijn. Bij inclusie gaat het om: mee doen in de samenleving, iets nuttigs doen, welkom zijn, erbij horen, sociale rollen vervullen etc. (Kennisplein gehandicaptensector, 2018).



## Hoofdstuk 6: Discussie

---

### 6.1 Validiteit

Voor het onderzoek zijn er verschillende meetinstrumenten gebruikt.

De studenten hebben een focusgroep sessie gefaciliteerd en hebben hierbij gebruik gemaakt van associatiekaarten en de effectenster methodiek. De effectenster is ingezet bij verschillende intakes als experiment. De effectenster methodiek wordt in Nederland door ruim 50 organisaties ingezet. Het effectenster model wordt internationaal al 10 jaar toegepast binnen diverse sectoren (Wat werkt studio, 2016).

Tijdens het onderzoek is een kijksessie gefaciliteerd, hierbij is gebruik gemaakt van een voor en na meting vragenlijst. De deelnemers van de kijksessie zijn geselecteerd op basis van de cijfers van het media platform waar beeldbrengers het meest wordt bekeken. De deelnemers staan hiermee representatief aan de doelgroep van beeldbrengers en zijn de resultaten dus passend voor het project. De voor en na meting vragen lijst is valide. De voor- en nameting vragen van de vragenlijst waren niet allemaal even valide omdat sommige vragen niet vergelijkbaar waren met elkaar. Daardoor konden sommige resultaten niet gebruikt worden, omdat ze niet altijd de vraag beantwoordde. Toch was het mogelijk om een aantal resultaten te verwerken in het onderzoek. De voor-en nameting vragenlijst is hierdoor mindervalide en waardevol geweest.

De studenten hebben daarnaast interviews gehouden met geportretteerden van afleveringen van beeldbrengers. De geportretteerden hebben nauw samengewerkt met de beeldbrengers. Daarnaast bestond de interviewgide voornamelijk uit open vragen waarbij het antwoord van de geïnterviewde niet gestuurd kon worden. Hieruit kunnen we stellen dat de resultaten uit het interview valide zijn.

### 6.2 Betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid gaat ervanuit dat de verzamelde gegevens vanuit de focusgroep sessie, kijksessies en narratieve interviews overeenkomen met de werkelijk gestelde doelen voor de proeftuin.

### 6.3 Controleerbaarheid

De bronnen in het verslag worden genoteerd volgens de APA-normen en zijn zichtbaar in het verslag volgens bronvermelding. Daarnaast is de bron terug te vinden in de literatuurlijst. In de literatuurlijst zijn de volgende gegevens opgenomen van de bron: de auteur, de datum van de bron, de URL, de uitgever en de datum van raadplegen van de bron.

### 6.4 Verwachtingen

De studenten hadden voor het project verwacht dat er goede communicatie zou zijn met de opdrachtgever en de jongeren. Het contact met de jongeren liep tijdens het begin van het project wat stroef. De studenten hebben tijdens het tweede deel van het project veel geïnvesteerd in het maken van contact, de jongeren kwamen na een aantal weken los en waren gemotiveerd om met de studenten samen te werken. De communicatie met de opdrachtgever verliep in het eerste deel van het project erg goed, elke woensdag spraken de studenten met de opdrachtgever af. Echter later in het project was er ruis in de communicatie met de opdrachtgever en het personeel van beeldbrengers (zie 6.5 Beperking).

Daarnaast hadden de studenten verwacht dat er veel meer animo zou zijn voor de focusgroep sessies, kijksessies en interviews. Helaas waren er voor alle onderdelen te weinig aanmeldingen om

meerdere sessies en interviews te faciliteren. Hierdoor is het onderzoek minder breed geworden dan de studenten hadden gehoopt.

Als laatste hadden de studenten verwacht dat het samenwerkingsverband tussen hen en de minor goed zou verlopen. Deze verwachtingen zijn uitgekomen. Het contact met Joos Meesters, de begeleider vanuit de HAN, is erg goed verlopen. Joos is erg betrokken en stelt kritische vragen aan de studenten om het project aan te scherpen.

### 6.5 Beperkingen

Door verschillende prioriteiten van de opdrachtgever hebben de studenten minder begeleiding gehad tijdens de onderzoeksfase en uitwerkingsfase. Dit resulteerde in een aantal gemiste kansen bij het faciliteren van een tweede focusgroep sessie en meerdere interviews met geportretteerden. Ook zijn een aantal opdrachten die de studenten hebben doorgespeeld naar de opdrachtgever niet uitgevoerd door verschillende omstandigheden. Echter hadden de studenten meer assertief kunnen zijn door te checken of de doorgegeven opdrachten daadwerkelijk uitgevoerd werden. Daarnaast hadden de studenten meer met de opdrachtgever kunnen communiceren over de verwachtingen van elkaar.

Door weinig tot geen animo voor de tweede focusgroep sessie is dit niet doorgedaan. Hierdoor is minder draagvlak gecreëerd dan gehoopt en is het onderzoek minder breed geworden. De studenten hebben de focusgroep sessie op verschillende enthousiaste manier proberen te promoten. De studenten hebben meerdere malen aan de opdrachtgever gevraagd of hij, als hoofd van beeldbrengers, de jongeren wilde mailen met een opdracht. De jongeren konden met de opdracht toch iets bijdrage aan het onderzoek, zonder deel te nemen aan de focusgroep sessie. Hierdoor zou het onderzoek en het eindproduct breder zijn. De opdrachtgever heeft, na meerdere keren vragen van de studenten, het mailtje niet gestuurd.

Tijdens de kijksessie wilde de deelnemers niet voor de camera om hun bevindingen te vertellen. De studenten hadden gerekend op meerdere clips van de deelnemers van de kijksessie die ze in hun eindproduct konden verwerken. De studenten hebben meteen naar een alternatief gezocht waarbij de deelnemers hun bevindingen wilden vertellen. Vervolgens zijn spraakopnames gemaakt om deze te verwerken in het eindproduct.

De openingstijden van Jongeren Stip tijdens de kerstvakantie bleken anders te zijn dan gepland. Hierdoor konden de studenten niet de volledige begeleiding krijgen bij het filmen en editen van het eindproduct. Samen met een stagiaire en medewerker van beeldbrengers is gekeken naar beschikbare uren waarin zij konden helpen met het eindproduct. Hierdoor is er minder aandacht besteed aan het editen en filmen van het eindproduct dan de studenten hadden gehoopt.

Tijdens de laatste periode van het project is de opdrachtgever op betaald verlof gegaan zonder het te melden bij de studenten. De studenten hadden voor de afronding van het project meerdere gegevens nodig van de opdrachtgever maar hebben dit door zijn afwezigheid niet gekregen. Ook het feedbackformulier die door de opdrachtgever ingevuld en ondertekend moest worden is later/ niet ingevuld en ingeleverd.

### 6.6 Vervolgonderzoek

In een vervolgonderzoek kan gebruik gemaakt worden van de effectenplein methodiek. Onder begeleiding van Cora Brink kan met de bevindingen van dit onderzoek gekeken worden naar de effecten van de proeftuin.

De basis van het effectenplein is een gesprek met een getrainde gespreksleider. Een groep betrokkenen gaan in gesprek over de collectieve aanpak van het project. Samen reflecteren ze het hele proces van het project. Een tijdlijn kan ingezet worden voor het overzicht. Het eindproduct is een verhaal van het project. Het eindproduct geeft inzicht in de effecten en de meerwaarde. Het effectenplein kan de basis zijn voor kwantitatief onderzoek (Effectenplein, 2019).

In September begint een nieuwe lichter aan de minor. Zij zouden aan de slag kunnen gaan met dit vraagstuk en de methodiek.

- Actieprogramma Maatschappelijke Diensttijd.* (2019). Opgeroepen op oktober 2, 2019, van ZonMW: <https://www.zonmw.nl/nl/onderzoek-resultaten/jeugd/programmas/programma-detail/actieprogramma-maatschappelijke-diensttijd/>.
- Beeldbrengers TV.* (2019). Opgeroepen op december 27, 2019, van <https://beeldbrengers.tv/about/>
- Benders, L. (2019). *Hoe maak ik een onderzoeksopzet?* Opgeroepen op december 12, 2019, van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/starten-met-je-scriptie/onderzoeksopzet/>
- Centraal Bureau voor de Statistiek.* (2018, oktober 4). Opgeroepen op december 29, 2019, van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/84157NED/table?ts=1577546804488>
- Cultureel Planbureau.* (2015). Opgeroepen op januari 3, 2020, van Welvaart en Leefomgeving: <https://www.cpb.nl/sites/default/files/publicaties/bijlagen/cpb-pbl-boek-19-wlo-2015-demografie.pdf>
- Cultureel Planbureau.* (2015). Opgeroepen op december 28, 2019, van <https://www.cpb.nl/sites/default/files/publicaties/bijlagen/cpb-pbl-boek-19-wlo-2015-regionale-ontwikkelingen-en-verstedelijking.pdf>
- Effectenanalyse Thuishuis.* (2018). Opgeroepen op december 26, 2019, van [file:///C:/Users/calld/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/rapport-effectanalyse-thuishuis-inzicht-in-de-maatschappelijke-meerwaarde%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/calld/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/rapport-effectanalyse-thuishuis-inzicht-in-de-maatschappelijke-meerwaarde%20(1).pdf)
- Effectenplein.* (2019). Opgeroepen op januari 4, 2020, van <https://effectenplein.wordpress.com/hoe-werkt-het/>
- Elands, E. T. (2019). *Draagvlak en betrokkenheid bij burgers.* Opgeroepen op januari 2, 2020, van Library: <https://library.wur.nl/WebQuery/wurpubs/fulltext/13535>
- Gemiddelden.* (2018). Opgeroepen op december 21, 2019, van <https://gemiddelden.nl/geld/gemiddeld-salaris-mbo/>
- Intemarketing.* (2018). Opgeroepen op januari 3, 2020, van <https://www.intemarketing.nl/marketing/analyses/destep>
- Kamer van Koophandel.* (2016). Opgeroepen op december 21, 2019, van [https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/prinsjesdag/nieuwe-belastingtarieven-in-2020/?amp;utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter&utm\\_content=&utm\\_term=&gclid=EAlalQobChMI-JbhptrY5gIViM13Ch0XZwbpEAAYASAAEgK2TPD\\_BwE](https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/prinsjesdag/nieuwe-belastingtarieven-in-2020/?amp;utm_medium=social&utm_source=twitter&utm_content=&utm_term=&gclid=EAlalQobChMI-JbhptrY5gIViM13Ch0XZwbpEAAYASAAEgK2TPD_BwE)
- Kennisplein gehandicaptensector.* (2018, december 20). Opgeroepen op januari 3, 2020, van <https://www.kennispleingehandicaptensector.nl/inclusie/wat-is-dat>
- Mateman, N. d. (2014, juni). *Zicht op effect.* Opgeroepen op januari 4, 2020, van <https://www.movisie.nl/sites/movisie.nl/files/publication-attachment/Zicht-op-effect%20%5BMOV-3296073-1.0%5D.pdf>

- MKBA Frontlijnteam Heechterp-Schieringen. (2012, november). Opgeroepen op december 26, 2019, van  
[file:///C:/Users/calld/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/MKBA\\_Leeuwarden%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/calld/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/MKBA_Leeuwarden%20(1).pdf)
- Nationale beroepengids. (2017). Opgeroepen op december 27, 2019, van  
<https://www.nationaleberoepengids.nl/mediavormgever#salaris>
- Nijmegen, O. (2019). Opgeroepen op januari 4, 2020, van Omgevingsvisie Nijmegen:  
<https://www.nijmegen.nl/fileadmin/bestanden/bestuur/bestuursdossiers/omgevingsvisie/Omgevingsvisie-Feiten-en-Cijfers-Economisch-Veerkrachtige-Stad-181113.pdf>
- OneTime. (2018). Opgeroepen op december 28, 2019, van <https://www.onetime.nl/geld-financieel/wat-verdient-een/gemiddelde-salaris-nederland>
- Rendement Uitgeverij. (sd). Opgeroepen op december 28, 2019, van 2012:  
<https://www.rendement.nl/>
- RTL nieuws. (2012, april 8). Opgeroepen op december 26, 2019, van  
<https://cookies.rtlnieuws.nl/?html5=true&referrer=https%3A%2F%2Fwww.rtlnieuws.nl%2Fnieuws%2Fartikel%2F2951976%2Fvandalisme-kost-nederland-steeds-meer-geld>
- Samen sterk zonder stigma. (2017). Opgeroepen op december 27, 2019, van  
<https://www.samensterkzonderstigma.nl/stigma-en-werk/tips-en-tools/bereken-kosten-psychisch-verzuim/>
- Scribbr. (2014, september 14). Opgeroepen op 3 januari, 2020, van  
<https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/validiteit-van-scriptieonderzoek/>
- Scribbr. (2017, mei 2). Opgeroepen op december 8, 2019, van  
<https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/focusgroep/>
- SEO. (2016). Opgeroepen op december 27, 2019, van [http://www.seo.nl/uploads/media/2016-11A\\_Werkwijzer\\_KBA\\_Sociaal\\_Domein\\_Hoofdrapport.pdf](http://www.seo.nl/uploads/media/2016-11A_Werkwijzer_KBA_Sociaal_Domein_Hoofdrapport.pdf)
- Sociaalverhaal. (2019). Opgeroepen op december 26, 2019, van  
[https://www.sociaalverhaal.com/hogte-bijstandsuitkering-2019/?gclid=EAlaIqobChMI54T5n97Y5glVzOF3Ch2FtgTKEAAYASAAEgIBs\\_D\\_BwE](https://www.sociaalverhaal.com/hogte-bijstandsuitkering-2019/?gclid=EAlaIqobChMI54T5n97Y5glVzOF3Ch2FtgTKEAAYASAAEgIBs_D_BwE)
- Spaarrente. (2018, augustus 1). Opgeroepen op januari 1, 2020, van  
<https://blog.spaarrente.nl/gemiddelde-rente-spaarrekening>
- Unity. (2016, oktober 20). Opgeroepen op december 27, 2019, van  
<https://www.unity.nu/Artikelen/regio/criminaliteit-kost-gemiddeld-bijna-760-euro-per-persoon>
- van der Donk, C., & van Lanen, B. (2015). *Praktijk Onderzoek in de Zorg en Welzijn* (Tweede ed.). Bussum: Uitgeverij Countinho bv. Opgeroepen op oktober 2, 2019
- Wat werkt studio. (2016). Opgeroepen op januari 3, 2020, van  
<http://watwerktstudio.nl/view.cfm?template=instrumentPdf&id=40>
- Wat werkt studio. (2019). Opgeroepen op december 28, 2019, van  
<http://watwerktstudio.nl/pages/9/effectenarena.html>

## Bijlagen

## Bijlage 1: Opzet focusgroep sessie

| Onderdeel                         | Tijd nodig (minuten) | Omschrijving  | Vragen  |
|-----------------------------------|----------------------|---|---|
| Introductie van focusgroep sessie | 10                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verwelkom deelnemers</li> <li>- Bedank mensen voor hun komst</li> <li>- Onzelf voorstellen aan de groep</li> <li>- Het doel van de focusgroep uitleggen</li> <li>- Vertel hoeveel tijd er is voor de groepsdiscussie</li> <li>- Kondig aan dat er een opname wordt gemaakt</li> <li>- Vertel dat de resultaten anoniem worden uitgewerkt</li> <li>- Maak afspraken: er is telkens één iemand aan het woord</li> <li>- Deelnemers schrijven hun naam op een kaartje en zetten dat voor zich</li> </ul>  |   |
| Laten zien fragment               | 10                   | Drag- king aflevering   |   |
| Reflecteren en route doorlopen    | (70)                 | Elk thema wordt geïntroduceerd door een diavoorstelling met voorbeelden. Vervolgens laat één deelnemer haar of zijn lichaam op een groot vel papier omtrekken (dit gebeurt in tweetallen). Het lichaam kan worden opgevuld met woorden, situaties, tekeningen etc. die te maken hebben met het thema. Na 5 minuten zal het thema klassikaal worden besproken en is er ruimte voor discussie. Bij het voeren de discussie willen wij graag een praatstok, microfoon of grote dobbelsteen gebruiken voor degenen die aan het woord is. Na het klassikaal bespreken en discussiëren laten wij de deelnemers het thema van de Effectenster invullen. Vervolgens doen wij dit bij elk thema. Na het behandelen van de eerste drie thema's wordt er een energizer gedaan. |   |
| <b>Thema's</b>                    |                      |   |   |
| Sociale aspecten                  | 10                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Breder netwerk</li> <li>- Vrienden maken</li> <li>- Contacten leggen.</li> <li>- In contact komen met jongeren die een andere achtergrond hebben.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Heb je door bij Beeldbrengers te gaan nieuwe vrienden opgedaan?</li> <li>- Kan je door Beeldbrengers sneller contact leggen met anderen en hoe zie je dit terug?</li> <li>- Ga je met veel plezier naar Beeldbrengers en waarom?</li> <li>- Wat vind je ervan dat je in contact komt met verschillende soorten mensen?</li> <li>- Denk je dat je zonder Beeldbrengers niet in contact was gekomen met deze mensen?</li> <li>- Daag jij jezelf uit of heb je hiervoor anderen nodig?</li> <li>- Heb je je bewust opgegeven voor Beeldbrengers om contacten op te doen?</li> </ul> |
| Emotionele aspecten               | 10                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Overwinnen verlegenheid</li> <li>- Ei kwijt kunnen</li> <li>- Gezien worden</li> <li>- Zelfreflectie</li> <li>- Erkenning</li> <li>- Erbij horen</li> <li>- Samen doen (support/ondersteuning)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoe belangrijk is het voor je wat anderen van je denken en ben je hier vaak mee bezig?</li> <li>- Kan je jouw gevoel en emoties kwijt bij Beeldbrengers?</li> <li>- Voel jij je erg vertrouwd en op je gemak bij Beeldbrengers?</li> <li>- Is Beeldbrengers een uitlaatklep voor jou waarbij je gedachten even verzet worden?</li> </ul>   |

|                        |    |  |   |
|------------------------|----|--|---|
|                        |    |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat heb je van jezelf geleerd sinds je bij Beeldbrengers zit wat je nog niet van jezelf wist?</li> <li>- Durf je meer je mening te geven door Beeldbrengers?</li> </ul>  |
| Pauze                  | 5  |  |   |
| Vaardigheden           | 10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Talenten</li> <li>- Vakgericht</li> <li>- Presentatie</li> <li>- Camera</li> <li>- Organiseren</li> <li>- Creativiteit kwijt kunnen</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Waar werden jullie blij/enthousiast van het gene dat jullie binnen Beeldbrengers hebben gedaan?</li> <li>- Kan je dit ook bij Beeldbrengers doen?</li> <li>- Op welke mijlpalen en successen zijn jullie trots waar jullie gewerkt aan hebben binnen Beeldbrengers?</li> <li>- Waar liggen nog leerpunten?</li> <li>- Hebben jullie nog doelen binnen Beeldbrengers?</li> <li>- Wat hebben jullie geleerd bij Beeldbrengers?</li> <li>- Denk je er ook bij na dat wat je nu aan het doen bent, gaat bijdragen aan vakgerichte vaardigheden?</li> </ul>   |
| Oriëntatie op toekomst | 10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- CV opbouwen</li> <li>- Oriënteren wat je later wilt worden</li> <li>- Kijken waar je passie ligt</li> <li>- Weten wat je kwaliteiten zijn</li> <li>- Instelling naar de toekomst</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat zijn de 3 meest belangrijke dingen in je leven?</li> <li>- Waarvan word jij super-enthousiast?</li> <li>- Wat zou je willen bereiken in je leven?</li> <li>- Is je herkomst belangrijk voor je en hoe zien we dit terug?</li> <li>- Heb je al erg nagedacht over wat je later zou willen doen?</li> <li>- Speelt Beeldbrengers hier een rol in?</li> <li>- Zijn jullie daadwerkelijk naar jullie droom aan het toewerken?</li> <li>- Ben je al heel erg bezig met wat je later wilt gaan doen?</li> <li>- Hebben jullie allemaal al een CV?</li> <li>- Zijn jullie hiermee ook erg bezig met het opbouwen van een CV?</li> <li>- Ben je tevreden met wat je nu allemaal doet?</li> <li>- Heb je mede door deel te nemen aan beeldbrengers al stappen kunnen zetten richting jouw droom?</li> </ul> |
| Omgeving leren kennen  | 10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- De stad leren kennen</li> <li>- Weten wat er in de stad leeft</li> <li>- Ergens komen</li> <li>- Diversiteit van de stad ontdekken</li> <li>- Perspectief verbreden</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat heb jij van Nijmegen geleerd wat je van tevoren nog niet wist?</li> <li>- Wat vinden jullie van de stad Nijmegen en in hoeverre heeft Beeldbrengers jullie mening hierin verandert?</li> <li>- Wat speelt er volgens jullie allemaal onder de jongeren in Nijmegen?</li> <li>- Vinden jullie dat Nijmegen erg divers is?</li> <li>- Wat vinden jullie de mooiste plekken van Nijmegen?</li> </ul>  |
| Lange Pauze            | 10 |  |   |

|                                  |    |  |   |
|----------------------------------|----|--|---|
| Kritisch burgerschap             | 10 | - Je mening durven te geven<br>- Kritisch zijn op de omgeving<br>- Stem hebben binnen de stad                                | - Hebben jullie het gevoel dat jullie mening binnen Nijmegen wordt gehoord, dat jullie een stem hebben binnen de stad?<br>- Zijn jullie wel eens kritisch geweest op iemand of iets dat is gebeurd in Nijmegen? |
| Participatie                     | 10 | - Vrijwilligerswerk<br>- Zinvol bezig zijn<br>- Iets doen voor een ander<br>- Andere jongeren informeren d.m.v. van media.   | - Heb je het gevoel dat je iets bijdraagt aan het grotere geheel/de maatschappij?<br>- Voel je jezelf nuttig wanneer je deelneemt aan beeldbrengers?  |
| Filmen                           | 10 | Iedereen zegt de zin "Ik ben ..... en naast dat ik de camera, acteren, presenteren heb geleerd, heb ik ook geleerd om ....." |   |
| Aantekeningen maken en afsluiten | 3  | Aantekeningen maken & afsluiten  |   |

## Bijlage 2: Uitwerking interview Ante

### 1. Hoe ben je in contact gekomen met beeldbrengers?

A: Beeldbrengers is in contact gekomen met Ante via WhatsApp. Max heeft voor de Nijmeegse vierdaagse contact opgenomen met Ante, om een subgroep in beeld te krijgen. Begin januari 2019 is Ante door de Gelderlander en Nijmegen in Beeld geïnterviewd en in Beeld gebracht. Eerst heeft ze een telefoongesprek gehad met Max en daarna een fysieke intake bij Beeldbrengers zelf. Tijdens de intake van ongeveer 1,5 uur hebben ze samen het draaiboek vastgesteld.

- **Wist je, voor het contact met beeldbrengers, al wat beeldbrengers was?**

A: Nee, ik kende wel Jimmy's en een afgeleide daarvan. RN7 ken ik erg goed.

### 2. Wat waren jouw ervaringen tijdens de opname dag?

A: Tijdens het optreden op de Nijmeegse vierdaagse waren de Beeldbrengers erg flexibel. Al het contact ging met Max over de app. In een take is mijn optreden op film gezet en het verliep erg goed. De tweede opname was daarna op een zondag. Hierbij kwam Max met regisseuse voor ongeveer 5 uur langs. Elke scène die werd opgenomen, kwam vanuit verschillende hoeken. Bijna alles stond er al in één take op.

A: Mijn ervaring van de dag was heel prettig. De beeldbrengers hebben zich heel fijn om mij heen bewogen en alles ging in samenspraak. Het draaiboek klopte nog steeds wat op locatie is afgesproken in september. Ze dachten mee over het juiste licht en inval. Ik kreeg voldoende ruimte om mijn eigen ideeën in te brengen. Het was een fijne en prettige samenwerking.

- **Wat maakte het dan zo spannend of niet spannend?**

A: De Beeldbrengers die langs kwamen, kwamen heel vertrouwelijk en rustig over. Hierdoor vond ik het niet zo spannend en daarnaast ben ik al vaker geïnterviewd voor een krant of een ander medium.



### 3. Hoe vond je het om jouw verhaal te delen?

Ik had er geen moeite mee en vond het een prettige manier om mijn verhaal te delen. Ik word best regelmatig geïnterviewd en dit komt dan vaak op papier. Dit zegt alleen lang niet zoveel en via beeld is dit beter over te brengen. Ik ben wel eens eerder op film gezet, maar dan met een ander doel, maar het ging nooit om haar. Bij deze aflevering ging het helemaal om haar en Mason Tonight.

A: De transformatie naar beide personen vond ik erg prettig. Hierdoor kwamen heel veel facetten van mij in één filmpje. Ik heb ook het idee dat er anders tegen mij aangekeken werd door degenen die mij filmde toen ik veranderde in Mason Tonight.

- **Heb je het gevoel alsof je bijdrage hebt geleverd aan het grotere geheel?**

A: Ja, door mijn eigen verhaal te doen en mensen te laten zien dat een hele vrouwelijke vrouw zich in haar vrije tijd ook kan verkleden als man en dat dit heel normaal is.

### 4. Wat was jouw motivatie/ doel om mee te werken aan een aflevering van beeldbrengers?

A: Dezelfde motivatie waarom ik aan andere interviews mee doe, net zoals deze, er moet wat uit te halen zijn. Het levert haar niks op qua geld en het kost haar veel tijd. Haar motivatie is dat meer mensen Drag King gaan zien. Drag King zijn, als in het spelen en meer mensen hiermee kennis te laten maken. De bedoeling is vooral om haar verhaal te vertellen, omdat ze denkt dat mensen denken dat een Drag King altijd mannelijk is.

Ik hoop een breder publiek te trekken dan de scène. Zelfs binnen de Drag wereld weten sommige niet eens wat een Drag King is, omdat de meesten bekend zijn met een Drag Queen.

- **Heb je jouw doel bereikt?**

A: Ja, ik heb mijn verhaal kunnen doen op Beeld en ik hoop hiermee dat het meer bekendheid krijgt bij het bredere publiek. Ik zal in de toekomst nog steeds openstaan voor interviews en opnames.

### 5. Wat voor een invloed heeft de opname op jou gehad? (Persoonlijk leven)

A: Voor de aflevering was er geen invloed. Het was wel leuk voor haar familie dat er mensen over de vloer waren. Ze heeft aan mensen verteld dat ze gefilmd is en mensen waren erg benieuwd naar het eindresultaat.

Na de opname heeft ze veel positieve reacties gekregen van mensen over de aflevering en is ze blij dat het meer bekendheid heeft gekregen.

- **Hoe waren de reacties?**

A: De reacties waren eigenlijk alleen maar positief en ik kreeg vooral te horen dat mensen een goede indruk hadden gekregen van het leven dat ik leid.

### 6. Heb je reacties gekregen van onbekende of bekende na de uitzending?

A: Ja, ik heb reactie gekregen vanuit mijn omgeving. Ze lieten weten dat ze de aflevering erg goed vonden. Daarnaast heb ik ook veel reacties ontvangen van andere mensen, die erg geïnteresseerd waren naar het onderwerp.

Ik heb ook het idee dat je als gay persoon in een stad meer wordt geaccepteerd dan in een dorp, omdat ze er in het dorp zo weinig van zien. Mensen zoals mij vertrekken over het algemeen wat eerder uit het dorp. Voor feesten in de gay-scène moet ik sowieso naar de grote stad.

### **7. Denk je dat een Drag king in de komende jaren meer bekendheid zal krijgen?**

A: Ik denk het van wel. Momenteel bestaat de scène vooral uit drag queens, maar er komen steeds meer drag kings bij. Binnen de gay-scène en het bredere publiek zullen vrouwen die zich als mannen verkleden meer aandacht krijgen.

De komende jaren moeten de Drag Kings zichzelf meer gaan promoten en in de markt brengen, want momenteel zijn vooral de Drag Queens bekend.

### **8. Denk je dat Beeldbrengers het juiste medium was om jouw verhaal te kunnen doen of was een ander medium beter geweest?**

A: Ja, een beter medium dan bij Beeldbrengers was er niet. Het draaide namelijk alleen om mij en Mason Tonight en je krijgt ook echt een goede inkijk op zo'n soort leven.

Van mij mogen de mensen bij Beeldbrengers verder kijken dan hun neus lang is. Goed materiaal is goed materiaal en daar mag best wat mee worden gedaan. Beeldbrengers moet zich op meer media en platformen laten zien.

## **Bijlage 3: Uitwerking interview Yagmur**

### **1. Hoe ben je in contact gekomen met beeldbrengers?**

Y: Ik ben benaderd door Jose, zij is projectbegeleider bij new arts. Ik heb veel projecten met haar samen gedaan en altijd goed contact met haar gehad en zij heeft contact met mij opgenomen en gevraagd of ik interesse had.

- **Wist je, voor het contact met beeldbrengers, al wat beeldbrengers was?**

Y: Nee, ik had er niet over gehoord en heb er ook niet veel over gevraagd voor de opname dag. Jose had me wel een beetje verteld waar het over gaat en iets verteld over het item waar ik in zou gaan presenteren. En omdat ik zelf heel graag de grote zus wil zijn voor de meiden die nu opgroeien. Ik wil gewoon dingen mee geven dus voor mij was het gewoon meteen goed.

### **2. Wat waren jouw ervaringen tijdens de opname dag?**

Y: Ik voelde me heel fijn. Ik was met een jongeren van beeldbrengers en met haar had ik al eerder een gesprek gehad en ik voelde haar op energieniveau zeg maar. Het praten met haar was gewoon heel erg open. Het voelde niet alsof er geen andere bij waren, het was echt een oprecht gesprek tussen mij en haar die toevallig nu naar buiten komt. Heel veel mensen zien die kant niet van mij. Alle mensen rond de opnamen waren er heel fijn en prettig om mee samen te werken. Alleen maar "good vibes".

- **Hoe vond je het om voor de camera te gaan?**

Y: Op dat moment heb ik wel in mijn achterhoofd dat het allemaal heel persoonlijk is maar uiteindelijk voelde ik me gewoon fijn en kon ik het bij haar kwijt en dat voelde goed. Het was wel heel intens maar ik voelde me wel super heel erg relaxed. Het is een fijne omgeving.

### 3. Hoe vond je het om jouw verhaal te delen?

Y: Bijzonder, ik was ook emotioneel. Heb meerdere keren een traantje moeten inhouden. Tijdens dat gesprek heb ik dat hele hoofdstuk achter me kunnen laten. Nu kan ik er gewoon over praten zonder dat het echt heel erg zwaar is.

- **Heb je het gevoel alsof je bijdrage hebt geleverd aan het grotere geheel?**

Y: Jazeker. Ik wil gewoon echt dat alles wat ik doe in het leven doorgegeven kan worden aan de volgende generatie zodat zij het makkelijker kunnen hebben, meer skills kunnen ontwikkelen op jongeren leeftijd zodat ze sterker in hun schoenen staan. Ik wil gewoon een grote zus zijn voor de meisjes die eenzaam zijn.

### 4. Wat was jouw motivatie/ doel om mee te werken aan een aflevering van beeldbrengers?

Y: Voor mij is het exposure. Maar ook echt het meegeven. Alles wat ik weet en meegemaakt heb wil ik delen met de mensen om mij heen. Ik wil taboes verbreken.

- **Heb je jouw doel bereikt?**

Y: Ja zeker.

### 5. Wat voor een invloed heeft de opname op jou gehad? (Persoonlijk leven)

Y: Ik denk zelfbeeld het meest. Ik ben heel anders naar mezelf gaan kijken, op een positieve manier. Ik durf meer open te zijn en trots te zijn op de persoon die ik ben.

- **Wat is het grootste verschil van voor en na de opname voor jou?**

Y: Ik denk sowieso dat ik mijn verleden meer heb kunnen accepteren. Vroeger rende ik er heel erg van weg. Na de opname en het delen van mijn verhaal zit ik minder in de slachtofferrol maar wil ik gewoon knallen en voor het leven gaan. Het interview voelde als een hoofdstuk die ik kon afsluiten en achter me kon laten.

### 6. Heb je reacties gekregen van onbekende of bekende na de uitzending?

Y: Ja ik heb reacties gekregen van onbekende mensen die zeiden dat ik ze heb geïnspireerd en dat je gewoon jezelf moet blijven. Ik werd gevolgd door een paar ook. Vooral na die eerste aflevering. Mensen die zichzelf zien in mijn verhaal. Op dat soort moment ben ik zo van "het benaderd de juiste mensen weet je wel". Door de Instagram van beeldbrengers, die het trouwens supergoed doet, tagt mij en daardoor raak ik met mensen in contact. Je ziet wel dat het impact heeft op social media.

- **Hoe waren de reacties?**

Y: Alleen maar positief, mensen die het verhaal herkende.

### 7. Wat denk je dat het voor meerwaarde heeft om als individu met een bijzonder verhaal in zo'n programma geportretteerd te worden? (Bijvoorbeeld voor kijkers).

Y: Ik denk dat het belangrijk is omdat niet iedereen over hun verleden durft te praten. In mijn cultuur is opkroppen echt een trend. Ik denk dat wanneer je jouw verhaal kan vertellen op zo'n platform je taboes verbreekt en misschien ook andere mensen kan helpen op te openen naar vrienden en familie.

- **Wat heb jij geleerd van het proces van de opnames?**

## Bijlage 4: Vragenlijst kijksessie

Naam:

Voormeting vragen:

1. Geslacht:
2. Leeftijd:
3. Opleiding:

Omcirkel welke voor jou het meest relevant is:

4. Ik kijk liever naar: *YouTube filmpjes/Tv-uitzendingen*
5. Wat is de voornaamste reden dat je liever *YouTube filmpjes/Tv-uitzendingen* bekijkt?  
.....
6. Ken jij Beeldbrengers? Zo niet, heb jij een idee welke soort programma's Beeldbrengers maken?  
*Ja/nee*  
.....
7. Weet jij wat "drag" is? Zo ja, wat is jouw beeld en mening over "drag"? Zo niet, wat denk je dat "drag" is?  
*Ja/nee*  
.....
8. In de aflevering komt een item naar voren waarbij er een anonieme vraag wordt gesteld over een lastig dilemma. Waar ga jij heen als je met een dilemma zit?  
.....
9. In de aflevering wordt er advies gegeven door mensen op straat over een dilemma. Neem je snel advies van andere aan?  
.....
10. In de aflevering komt een item naar voren over immigratie en integratie. Wat is jouw beeld over immigratie en integratie binnen Nederland?  
.....
11. Op wat voor een manier krijg jij de actualiteiten bij jou in de gemeente/woonplaats mee?  
.....

**Naam:**

Nameting vragen:

1. Wat is je opgevallen tijdens de aflevering van beeldbrengers?  
.....
2. Ben jij geïnteresseerd in deze content?  
*Ja/nee*
3. Kijk je nu op een andere manier naar "drag" en is jouw beeld veranderd?  
*Ja/nee*  
.....
4. Hoe kijk je nu naar de immigratie en integratie binnen Nederland? Heb je een ander beeld gekregen?  
.....
5. Wat vind je van de vormgeving van de aflevering?  
.....
6. Wat zal veranderd kunnen worden om de aflevering attractiever te maken?  
.....
7. Wat neem je mee van deze aflevering? / Wat wist je nog niet?  
.....

8. Zou Beelbrengrers voor jou kunnen bijdragen aan de zaken of actualiteiten uit uw gemeente/woonplaats? Zo ja, wat voor zaken of actualiteiten?

9. Kunt u in de vorm van een rapportcijfer een algemeen oordeel geven over de aflevering, waarbij een 1 staat voor niet interessant en een 10 voor leerzaam.

“Ik ben ..... en ik heb geleerd.....”

## Bijlage 5: Draaiboek filmpje Beelbrengrers

### Pre-productie

|              |   |
|--------------|---|
| Doelgroep    | Mensen van 20 t/m 60 jaar   |
| Storytelling | Personen die betrokken zijn bij Beelbrengrers vertellen hun ervaring over Beelbrengrers en wat ze hebben geleerd. |
| Locatie      | JongerenStip Lab (Van Berchenstraat 3)  |
| Vertoning    | Het filmpje wordt online getoond  |
| Tijd         | 5 tot 7 minuten   |

### Algemeen

| Medewerkers | Telefoonnummer | Taken/bevoegdheden |
|-------------|----------------|--------------------|
| Kris        |                | Presentatrice      |
| Eveline     |                | Presentatrice      |
| Diederik    |                | Presentator        |

### Huishoudelijke informatie

|                            |
|----------------------------|
| <b>Materialen:</b>         |
| Opname apparatuur          |
| Camera's                   |
| Computers + Edit programma |


### Script

| Opzet     | Persoon  | Tekst   |
|-----------|----------|---|
| Inleiding | Diederik | (Lezen in een boek en dan opkijken) Hey beste kijkers. Leuk dat jullie kijken naar het ons onderzoek, waar wij afgelopen tijd mee bezig zijn geweest. In dit filmpje laten we jullie zien wat de maatschappelijke meerwaarde is van de proeftuin Beelbrengrers en in hoeverre het de collectiviteit heeft bevorderd voor de |

|                                    |  |   |
|------------------------------------|--|---|
|                                    |  | deelnemende jongeren. De jongeren maken wekelijks een aflevering en doen hiermee vaardigheden op, op het gebied van media en het verbreden van hun horizon.   |
| <b>Methode Focusgroepsessie</b>    | <b>Kris</b>                                | Om de maatschappelijke meerwaarde in kaart te brengen, hebben wij afgelopen periode focusgroep sessies gehouden met de jongeren van Beeldbrengers, waarin wij aan de hand van 7 thema's hun ervaringen en bevindingen bij Beeldbrengers hebben achterhaald. De 7 thema's bestaan uit sociale aspecten, emotionele aspecten, Vaardigheden, Oriëntatie op de toekomst, het leren kennen van de omgeving, kritisch burgerschap en participatie. Als afsluiting van de sessie hebben de jongeren in één zin uitgesproken wat ze van de avond vonden en wat ze hebben geleerd. |
| <b>Zin Focusgroep sessie</b>       | <b>Deelnemers eerste focusgroep sessie</b> | "Ik ben ..... en naast dat ik de camera en/of acteren en/of presenteren heb geleerd, heb ik ook geleerd om ....." op.   |
| <b>Methode narratief interview</b> | <b>Eveline</b>                             | Naast de focusgroep sessie zijn wij ook in gesprek gegaan met de geportretteerden om te achterhalen wat hun ervaringen tijdens de opnames waren en wat de impact op hun leven is geweest. Graag laat ik jullie zien wat het effect voor de geportretteerden is geweest en wat zij hebben geleerd.   |
| <b>Zin narratief interview</b>     | <b>Ante en Jyamur</b>                      | Ik ben ... en ik heb geleerd ...  |
| <b>Kijksessie</b>                  | <b>Diederik</b>                            | Samen met onze klas hebben wij gekeken naar een aflevering van Beeldbrengers  |

|                                 |                                  |   |
|---------------------------------|----------------------------------|---|
|                                 |                                  | en hebben wij voor de aflevering een voormeting gedaan en na de aflevering een nameting gedaan. We kregen van onze klasgenoten feedback dat de kijksessie erg leuk was en een aantal klasgenoten hebben voor ons de kijksessie in één zin samengevat. |
| <b>Bevindingen projectgroep</b> | <b>Kris, Diederik en Eveline</b> |   |
| <b>Afsluiting</b>               | <b>Kris, Diederik en Eveline</b> | Kris: "Nou we hopen dat jullie een beeld hebben gekregen wat de maatschappelijke meerwaarde is van Beeldbrengers"<br>Alle afsluitingen van beeldbrengers door beeldbrengers.  |
| <b>Afsluiting</b>               | <b>Beeldbrengers</b>             | Algemene afsluiting<br>Beeldbrengers  |

### Bijlage 6: Advies-Zelfbeoordeling Diederik Groeneveld

| Zelf beoordeling Team Eindproduct OWE II  |  |  |   |   |   |   |             |
|---|--|--|---|---|---|---|-------------|
| Studentnummer(s)<br><b>585651</b>   | Naam student(en)<br><b>Diederik Groeneveld</b> | Handtekening:<br> |   |   |   |   |             |
| Datum: 07-01-2020   |  |  |   |   |   |   |             |
| <b>Cesuur beoordeling:</b><br>Score 1: Zwaar onvoldoende/niet aanwezig; Score 1: Onvoldoende; Score 3: Voldoende; Score 4: Goed; Score 5: Uitstekend. |  |  |   |   |   |   |             |
| Competentie   |  | Beoordelingscriteria   |   |   |   |   |             |
|   |  | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 | Toelichting |
| <b>1. Interdisciplinair leren en werken. Je verbindt disciplines en domeinen.</b>   |  |  |   |   |   |   |             |


|  |  |  |  |  |   |   |
|--|--|--|--|--|---|---|
| <p>Feedback, feed-up én feedforward is zichtbaar ingezet om de kwaliteit van het individuele leerproces, de samenwerking én het product te bevorderen.</p> |  |  |  |  | X | <p>Tijdens de uitvoerfase van het eindverslag zijn de groepsgenoten wekelijks meerdere malen bij elkaar gekomen om aan het verslag te werken. Tijdens dit moment gaven we elkaar verbeterpunten mee en verdeelden we de taken. Dit bevorderde het individuele leerproces. Daarnaast hebben we één keer in de week afgesproken met de opdrachtgever om te kijken naar ons eindverslag en aan te vullen. Ook zijn de jongeren bij de opdrachtgever betrokken bij het eindproduct en hebben zij de kwaliteit van het eindproduct bevordert, door te helpen met het filmpje. Van Kris en Eveline heb ik afgelopen halfjaar geleerd gesprekken te voeren met betrokken partijen, leiding te nemen in gespreksvoering, verzamelde data in Excel te verwerken en concreter te zijn in mijn verslaglegging.</p> |
| <p><b>Overige opmerkingen/ feedback n.a.v. het samenwerkingsproces en/of de inhoud van de uitgevoerde analyse en het plan van aanpak.</b></p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Afgelopen halfjaar is de samenwerking binnen onze projectgroep erg goed verlopen en verliep de taakverdeling vrij natuurlijk. Iedereen binnen de groep kon goed met elkaar overweg en we vulden elkaars verbeterpunten aan. Iedereen binnen de groep was erg betrokken met het project.</li> <li>- De uitvoerfase naar het eindverslag verliep nog wel eens lastig. We hadden moeite om het eindresultaat tot iets concreets te brengen.</li> <li>- Alomvattend vond ik de samenwerking afgelopen halfjaar erg prettig en heb ik genoten van de minor.</li> </ul> |  |  |  |   |   |
| <p><b>Feedback, feed-up en feed-forward voor individuele teamleden</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eveline: De samenwerking met Eveline was erg prettig, zowel in schoolverband als in informele sfeer komt Eveline over als een vrolijke meid. Eveline gaf aan afgelopen halfjaar zoekend te zijn geweest naar de taak die zij kon vervullen binnen onze groep. In het begin van het project had ze hier nog een beetje moeite mee (net als ik). Aan het einde van de minor kan ik wel zeggen dat zij haar kennis van Excel heeft ingebracht voor de verwerking van de data en heeft geholpen bij de concretisering van de verslaglegging.</li> </ul>               |  |  |  |   |   |



|  |   |
|--|---|
|  | <p>Binnen een groep neemt ze graag een rol in op de achtergrond. Dit waardeer ik erg aan haar, maar voor in de toekomst mag Eveline vaker haar mening geven binnen een samenwerkingsverband. Het is goed om erg rustig te zijn, maar dit kan tot gevolg hebben dat andere mensen geen rekening houden met jouw mening. Samenvattend was het erg prettig om afgelopen halfjaar met Eveline samen te werken.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kris: Met haar goed gehumeurde gedrag heeft ze afgelopen halfjaar veel positiviteit ingebracht binnen de groep. Door haar sociale vaardigheden heeft ze afgelopen halfjaar veel werk verzet in het contact leggen met de opdrachtgever en andere betrokken partijen. In groepsverband kan ze goed luisteren naar de mening van anderen. Ze kan zowel een leidende rol als volgende rol binnen de projectgroep innemen. In het begin van het project nam ze vaak het voortouw en verdeelde ze de taken. In de loop van het project heeft ze meer ruimte gelaten voor mij en Eveline. De feedforward voor Kris bestaat vooral uit het ruimte laten voor andere groepsleden en langere verslaglegging. Afgelopen halfjaar heb ik ervaren dat Kris en ik een totaal andere manier van verslaglegging hebben, het is goed om hierin een middenweg te vinden. Alomvattend heb ik afgelopen halfjaar veel geleerd van Kris en verliep de samenwerking met haar erg prettig.</li> <li>- Ik: Mijn verbeterpunten voor de komende periode bestaan vooral uit het durven contact te leggen met betrokken partijen en hierin niet te schuw zijn. Daarnaast zal ik moeten leren om in mijn verslaglegging concreter en korter te zijn. Als laatst moet ik durven taken over te hevelen naar andere groepsgenoten.</li> </ul> |
|--|---|

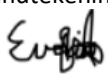
|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

## Bijlage 7: Advies-Zelfbeoordeling Kris van Middelaar

| Zelf beoordeling Team Eindproduct OWE II  |  |  |   |   |   |   |  |
|---|--|--|---|---|---|---|--|
| Studentnummer(s)<br>583392  | Handtekening:<br> | Naam student(en)<br>Kris van Middelaar   |   |   |   |   |  |
| Datum: 07-01-2020   |  |  |   |   |   |   |  |
| <b>Cesuur beoordeling:</b><br>Score 1: Zwaar onvoldoende/niet aanwezig; Score 2: Onvoldoende; Score 3: Voldoende; Score 4: Goed; Score 5: Uitstekend. |  |  |   |   |   |   |  |
| Competentie   |  | Beoordelingscriteria   |   |   |   |   | Toelichting  |
|   |  | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| <b>1. Interdisciplinair leren en werken. Je verbindt disciplines en domeinen.</b>   |  |  |   |   |   | x |  |
| Feedback, feed-up én feedforward is zichtbaar ingezet om de kwaliteit van het individuele leerproces, de samenwerking én het product te bevorderen.   |  |  |   |   |   | x | De feedback van het tussentijdse advies- zelfbeoordeling is door alle teamleden goed opgevangen. Diederik en Eveline hebben beide tijdens gesprekken met opdrachtgever en tijdens de onderzoek interventies meer de leiding genomen en zijn erg assertief geweest in het maken van contact.<br><br>Verder heb ik erg veel van ze kunnen leren als het gaat om rapporteren en heb ik veel nieuwe instrumenten leren kennen die ik kan gebruiken in volgende verslagleggingen. |
| <b>Overige opmerkingen/ feedback n.a.v. het samenwerkingsproces en/of de inhoud van de uitgevoerde analyse en het plan van aanpak.</b>                |  | De samenwerking tijdens dit proces was enorm fijn. Tijdens het project hebben we een moeilijke omstandigheden gehad, echter was het heel erg fijn dat we elkaar positief en gemotiveerd hielden.<br>Ik heb erg genoten van het afgelopen jaar en van de samenwerking met mijn teamgenoten. |   |   |   |   |  |
| <b>Feedback, feed-up en feed-forward voor individuele teamleden</b>   |  | Diederik mag taken wat meer delegeren. Diederik neemt, wanneer hij vrije tijd heeft, graag taken op zich. Hij mag wat vaker taken delegeren zodat hij zelf kan focussen op zijn taken en anderen de ruimte krijgen om die van hun uit te   |   |   |   |   |  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>voeren.<br/>Verder is het erg fijn dat Diederik altijd feedback op de geschreven tekst heeft. Zo ben ik kritischer gaan kijken naar wat ik schrijf.</p> <p>Eveline was erg prettig om mee samen te werken. Ze is afgelopen half jaar zoekende geweest naar haar expertises binnen de groep maar heeft het bij de verslaglegging volgens mij gevonden. Eveline zou iets meer haar stem laten horen binnen de groep en met de opdrachtgever. Eveline is rustig maar enorm gemotiveerd en haar grapjes hebben ervoor gezorgd dat ik wat luchtiger naar problemen binnen het project heb kunnen bekijken.</p> <p>Kris: Ik geef mezelf als feedback om breder te denken bij mijn verslaglegging. Ik wil te snel concreet antwoord geven maar ook achtergrondinformatie is van belang. Daarnaast heb ik van mezelf geleerd dat het erg fijn is om soms iets meer op de achtergrond plaats te nemen dan de leiding te pakken.</p> |
|--|---|

### Bijlage 8: Advies-Zelfbeoordeling Eveline van Rijswijk

| Zelf beoordeling Team Eindproduct OWE II  |  |  |   |   |   |   |   |
|---|--|--|---|---|---|---|---|
| Studentnummer(s)<br>644649  | Handtekening:<br> | Naam student(en)<br>Eveline van Rijswijk |   |   |   |   |   |
| Datum   | 8/1/2020   |  |   |   |   |   |   |
| <b>Cesuur beoordeling:</b><br>Score 1: Zwaar onvoldoende/niet aanwezig; Score 1: Onvoldoende; Score 3: Voldoende; Score 4: Goed; Score 5: Uitstekend. |  |  |   |   |   |   |   |
| Competentie   |  | Beoordelingscriteria                     |   |   |   |   | Toelichting   |
|   |  | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |   |
| <b>1. Interdisciplinair leren en werken. Je verbindt disciplines en domeinen.</b>   |  |  |   |   |   |   |   |
| Feedback, feed-up én feedforward is zichtbaar ingezet om de kwaliteit van het individuele leerproces, de samenwerking én het product te bevorderen.   |  |  |   |   | x |   | In het algemeen hebben we de feedback en suggesties vanuit school en de opdrachtgever zo goed mogelijk geprobeerd te verwerken in ons onderzoek en in de eindproducten. Tijdens de tussenpresentatie kregen we de vraag hoe we de maatschappelijke meerwaarde gingen meten omdat het heel subjectief is. Ik denk dat we dit hebben geprobeerd te concretiseren door bijvoorbeeld te |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   |   | <p>kijken naar wat de doelen vanuit Beeldbrengers is als proeftuin en tv-programma. Hierdoor keken we naar hoe dit van economisch of sociaal belang kon zijn voor de maatschappij. Samen met de opdrachtgever hebben we gekeken naar hoe we een focusgroep sessie in elkaar gingen zetten. Met behulp van zijn suggesties hebben we de focusgroep succesvol kunnen doen.</p> |
| <p><b>Overige opmerkingen/ feedback n.a.v. het samenwerkingsproces en/of de inhoud van de uitgevoerde analyse en het plan van aanpak.</b></p> | <p>Als groep hadden we op het begin afgesproken om de rolverdeling en takenverdeling zo natuurlijk mogelijk te laten gaan en ik geloof dat het ons gelukt is. Tussen ons als groep verliep de samenwerking erg goed. Iedereen was erg gemotiveerd en hardwerkend.</p> <p>Achteraf gezien hadden we meer moeite kunnen doen voor het literatuuronderzoek bijvoorbeeld om meer te weten te komen over maatschappelijke meerwaarde. Ik denk dat het hierdoor een concreter en duidelijker onderzoek zou zijn geweest. Daarnaast hadden we meer vooronderzoek kunnen doen over een kijksessie en voor en nameting vragenlijsten. Achteraf bleek dat de vragen niet vergelijkbaar waren met elkaar.</p> <p>Met ons onderzoek, hadden we meer om hulp kunnen vragen aan onze klasgenoten en docenten om een beter resultaat te leveren. Omdat we tijdens het project minimale feedback hebben ontvangen.</p>  |  |
| <p><b>Feedback, feed-up en feed-forward voor individuele teamleden</b></p>  | <p>Diederik was een gezellige projectgenoot om mee te werken. Hij had altijd zin om aan de slag te gaan. Dit vond ik heel fijn omdat het energie aan de rest van de groep leverde. Diederik kan goed verslagleggen, hij zorgt ervoor dat er cohesie in de tekst ontstaat. Alhoewel het soms met minder woorden kan. Het is fijn als je sneller ter zake komt in de teksten. Daarin kan een balans worden gevonden. Diederik is verder heel enthousiast en gemotiveerd. Hij zou vaker naar mensen kunnen luisteren om anderen de mogelijkheid te geven om uit te praten. Diederik is vooruitgegaan op het gebied van assertief zijn naar de stakeholders.</p> <p>Kris was een leuke groepsgeenoot om mee samen te werken. Ze hield altijd het overzicht van de groep vooruitgaan in de gaten. Verder nam ze vaak het initiatief om met stakeholders te communiceren. Ik vond dit een goed voorbeeld voor Diederik en ik. Ik denk dat we veel geleerd hebben over het op mensen afstappen en communiceren met verschillende partijen. Ik vond de samenwerking heel fijn met Kris, ze was gedreven om vooruitgaan te maken. Wat mij erg motiveerde. Voor feed forward zou ze iets kritischer kunnen zijn op haar en andermans werk.</p> <p>Ik vind dat ik meer de communicatie met stakeholders op me had kunnen nemen. Ik merk dat ik dat vaak aan anderen over laat. Ook vond ik vond het lastig om mijn kennis over International Development Management toe te passen in dit</p> |  |

project. Verder heb ik geprobeerd kritisch te zijn op ons werk en niet alles zomaar goed te keuren.

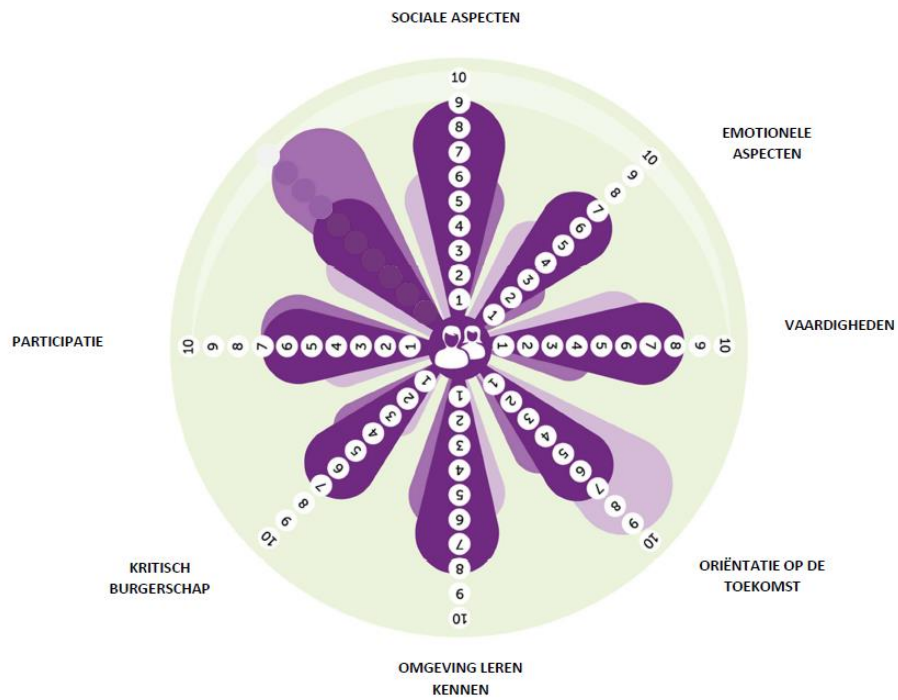
## Bijlage 9: Interviewguide

| Onderdeel:                       | Omschrijving:   | Door vragen:  |
|----------------------------------|---|---|
| Intro                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedanken voor komst.</li> <li>• Uitleg over opdracht en interview</li> <li>• Tijdsduur: 30 minuten</li> <li>• Als je vragen hebt kan je ze altijd tussendoor stellen.</li> </ul>   |   |
| Doel van het project             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De doelstelling van het project is om de maatschappelijke meerwaarde van het project beeldbrengers voor de makers, kijkers en geportretteerde in kaart te brengen.</li> </ul>  |   |
| Onderwerpen                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ervaringen tijdens opnames</li> <li>• Impact</li> </ul>  |   |
| Anonimiteit en vertrouwelijkheid | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wil je liever anoniem blijven tijdens de uitwerking van het interview en in ons onderzoek?</li> <li>• Zo ja, veranderen we jouw naam in een ander</li> </ul>   |   |
| Vroegtijdig stoppen              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Als je vroegtijdig wil stoppen omdat het even niet lukt is dat oke, je kan het dan even aangeven.</li> </ul>   |   |
| Opname interview                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vind je het oke als ik het interview opneem?</li> </ul>  |   |
| Introducerende vragen            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hoe ben je in contact gekomen met beeldbrengers?</li> <li>2. Wat waren jouw ervaringen tijdens de opname dag?</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wist je, voor het contact met beeldbrengers, al wat beeldbrengers was?</li> <li>2. Hoe vond je het om voor de camera te gaan? Vond je het spannend?</li> </ol>  |
| Verdiepende vragen               | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Hoe vond je het om jouw verhaal te delen?</li> <li>4. Wat was jouw motivatie/ doel om mee te werken aan een aflevering van beeldbrengers?</li> <li>5. Wat voor een invloed heeft de opname op jou gehad? (Persoonlijk leven)</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Heb je het gevoel alsof je bijdrage hebt geleverd aan het grotere geheel?</li> <li>4. Heb je jouw doel bereikt?</li> <li>5. Wat is het grootste verschil van voor en na de opname voor jou?</li> <li>6. Hoe waren de reacties?</li> </ol> |

|                    |  |   |
|--------------------|--|---|
|                    | <p>6. Heb je reacties gekregen van onbekende of bekende na de uitzending?</p> <p>7. Wat denk je dat het voor meerwaarde heeft om als individu met een bijzonder verhaal in zo'n programma geportretteerd te worden? (Bijvoorbeeld voor kijkers).</p> <p>Bij Beeldbrengers worden mensen met een bijzonder verhaal geportretteerd. Wat denk je dat het voor meerwaarde heeft voor een individu?</p> | 7. Wat heb jij geleerd van het proces van de opnames? |
| Afsluitende vragen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heb je nog vragen?</li> <li>• Wil je nog iets kwijt over het onderwerp wat we nog niet hebben behandeld?</li> <li>• Wat vond je van het interview?</li> </ul>   |   |
| Vervolg            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragment filmen.</li> <li>• Video maken</li> </ul>  |   |
| Filmen             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ik ben ..... en ik heb geleerd dat .....</li> </ul>   |   |

## Bijlage 10: de effectenster

## DE EFFECTENSTER



effectenmonitor.nl