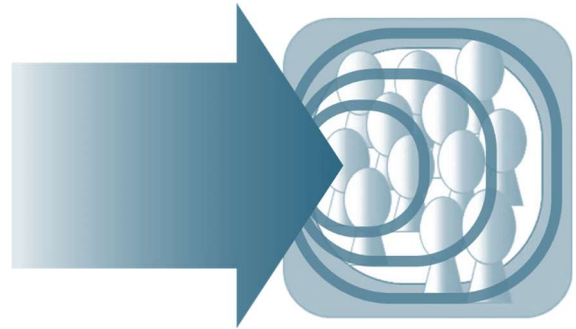


Bereik vergroten en Opschalen van interventies



TOOL Bereik & Opschalen interventies bij impactgedreven werken

Versie 1.0

Clemens Hosman, Gemeente Rotterdam & WIN010

DEEL 1 VERGROTEN VAN BEREIK INTERVENTIES

Wat komt er in DEEL 1 aan de orde?

- **Bereik:** Wat bedoelen we daarmee?
- **Waarom** investeren in het vergroten van bereik?
- **Bereikdoelen** omschrijven
- **Krachten** van invloed op bereik en succesfactoren
- **Strategieën & methoden** om bereikdoelen te realiseren
- **Randvoorwaarden** voor bereik
- **Monitoren** van bereik

opschalen

zie deel 2
pag. 6-8

Wat bedoelen we met 'bereik' ?

Met **BEREIK** binnen impact gedreven werken bedoelen we:

Het aantal of percentage mensen uit een beoogde doelgroep of populatie dat binnen een afgebakende periode aan een preventieve interventie of programma heeft deelgenomen, of is blootgesteld aan een voorlichtingsactie of algemene preventieve maatregel.

*Bij werken aan impact gaat het uiteindelijk om
Een zo hoog mogelijk bereik in **publieke doelgroepen** als geheel.*

*We onderscheiden: **beoogd bereik** en **gerealiseerd bereik***

Bij publieke doelgroepen onderscheiden we:

- doelgroepen op wijk-, gebieds- of gemeente niveau
- hele bevolkingssegmenten bv. jeugd 4-12, jongeren, ouderen, 75+
- kwetsbare groepen bv. kinderen in armoede, ouderen met een beperking
- groepen met beginnende problemen bv. gedragsproblemen, vaker eenzaam voelen

**‘Bereik’
is niet identiek aan
‘participatie’**

Mensen die via interventie aanbod bereikt worden, kunnen besluiten om daarin niet actief te participeren of vroegtijdig af te haken.

Dan heeft de interventie – ondanks het bereik – géén effect.

Naast ‘bereik’ gebruiken we daarom ook de term **‘participatie’**, verwijzend naar de mate van deelname aan een preventief aanbod (bv. in cursussen, trainingen, groepswerk of digitale interventies).

Waarom investeren in bereik ?

Een groot bereik is een absolute voorwaarde voor echte publieke impact

Interventies x implementatie → EFFECTEN (outcome) x BEREIK → IMPACT

Veel studies over werkzame interventies laten zien dat **hun maatschappelijk bereik in de praktijk nog beperkt en soms zelfs marginaal is.**

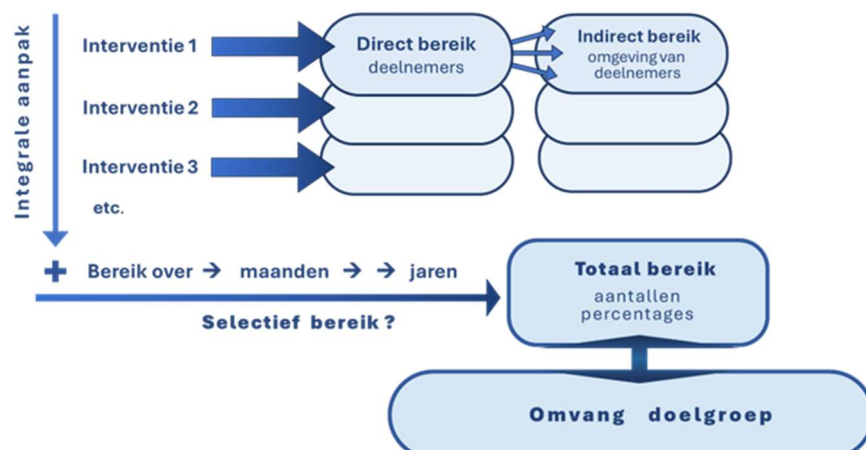
In dat geval zullen ook de meest werkzame interventies geen impact opleveren.

Op het maatschappelijk bereik van interventies **hebben vele krachten invloed.** Deze kunnen niet alleen bereik belemmeren, maar ook zorgen voor **selectief bereik.**

Dat kan er toe leiden dat juist de mensen die het meest kwetsbaar zijn minder toegang tot ondersteunende interventies hebben.

Professioneel handelen bij bereik vereist dat we zicht hebben op deze krachten en samen meerdere bereik verhogende methoden kunnen inzetten.

Verschillende bereik begrippen



DIRECT BEREIK: Aantal of percentage mensen uit een doelgroep dat binnen een bepaalde periode (bv. 1 of 3 jaar) aan een interventie of programma heeft geparticipeerd (via face-to-face contact, internet of andere media) of aan publieke preventieve maatregel is blootgesteld.

INDIRECT BEREIK: Aantal mensen of percentage uit een doelgroep dat niet rechtstreeks heeft deelgenomen, maar aan wie deelnemers informatie of aangeleerde vaardigheden daaruit hebben overgedragen (bv. kinderen, vrienden, burenen).

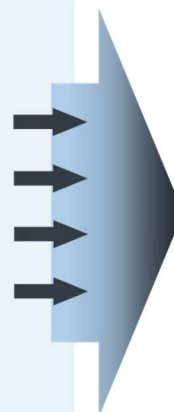
CUMULATIEF BEREIK: Hierbij tellen we verschillende bereikcijfers bij elkaar op. Optelling van het bereik via meerdere soorten interventies gericht op een zelfde doelgroep of gericht op aparte segmenten daarbinnen. Of: het bereik over meerdere jaren opgeteld, bv. over periode van 3 of 5 jaar.

SELECTIEF BEREIK: Wanneer deelnemers aan een interventie of programma vooral uit een selectieve sociale categorie binnen de beoogde doelgroep afkomstig zijn. bv. vooral mensen met meer opleiding, of weinig mensen met niet-westerse achtergrond. Selectief bereik staat tegenover een representatief bereik.

Wat beïnvloedt het bereik van onze interventies ?

Vele factoren zijn van invloed op het bereik van interventies

- Behoeften van de doelgroep, hun kennis en houding t.a.v. aanbod
- Aard, aantrekkelijkheid, bewezen werkzaamheid van interventies
- Kenmerken van aanbieders en plaats van aanbieden
- Capaciteit voor aanbieden interventies en aanbod frequentie
budget uren expertise beleid
- Wijze van toeleiden en aanbieden
marketing & voorlichting verwijssystemen vorm aanbod
- Praktische en financiële drempels voor deelname
plaats afstand vervoer tijd kosten
- Sociale invloed en draagvlak vanuit netwerk en buurt



Deze factoren bieden vele ingangen voor vergroten van bereik



Wat kunnen we doen om het bereik van interventies te vergroten ?



tips

Welke van de onderstaande opties kunnen helpen om in jullie wijk of gebied bestaand bereik van jullie interventie verder te vergroten?

Zie ook OPSCHALEN



duid aan met



Interventie

- Interventie en waarvoor bedoeld **helder omschrijven**
- Toegankelijke, begrijpelijke, aantrekkelijke **voorlichting** over interventie
- Biedt info over bewezen **effectiviteit** en voordelen deelname
- Interventie **op maat** maken voor lokale doelgroep of subgroep
- **Interventiemethoden** met een groter bereik toepassen
- **Combineer** meerdere interventies gericht op zelfde doel en doelgroep
- Brede verspreiding kennis over **werkzame kernelementen**

Doelgroep

- **Betrek doelgroep** bij ontwikkelen, verspreiden en aanbieden interventie
- **Bewust maken:** interventie biedt **antwoord op ervaren behoeften**
- **Onderscheid subgroepen** (segmentering) en sluit aan op ieders specifieke eigen behoeften, cultuur en bereikkanalen
- **Belemmeringen** voor deelname bespreken
- **Digitale toegang** en vaardigheden verbeteren

Aanbod

- **Frequentie** van aanbieden vergroten
- **Plaats:** Op vertrouwde, gezellige plek en dichtbij huis
- Zorg voor **duurzaam aanbod** over meerdere jaren
- **Verbreed** aantal professionals, aanbieders en aanbodkanalen
- **Stakeholders:** Werk aan hun actieve en zichtbare steun

Aanbieders

- Maak interventie structureel onderdeel van **beleid** welzijnsorganisatie
- Zoek mogelijkheden om interventie ook **via anderen aan te bieden**

Toeleiden

- Maak gebruik van **'Welzijn op recept'**
- Zorg voor **meer verwijzers** die interventie steunen
- Maak interventie **onderdeel van breder pakket** of programma
- Maak **deelname door anderen** en positieve ervaringen zichtbaar

Bereik

- Duidelijke **bereikdoelen** stellen, korte en lange termijn
- Aanbod en Bereik **monitoren**, leren en verbeteren

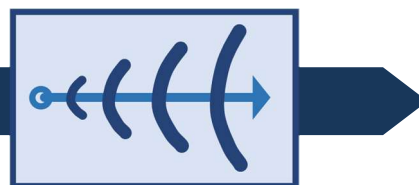
Randvoorwaarden

- Verwerven van **meer budget** voor professionals & uitvoering
- **Scholing** en **coaching** van staf, professionals en vrijwilligers



Andere tips voor succesvol bereik uit jullie eigen praktijk?

Omgaan met bereik doelen



Formuleer duidelijke en toetsbare bereikdoelen

per interventie of voor combinaties van interventies gericht op zelfde thema en doelgroep

Hoeveel mensen en welk percentage van je doelgroep

- heb je afgelopen maanden of jaar bereikt?
- wil je in komende jaar bereiken (bv. 2026)
- wil je in komende 3, resp. 5 jaar bereikt hebben?

Bij wijze van uitdaging kun je de beoogde bereikpercentages **per jaar laten oplopen**

Voorbeeld: 1^e jaar 5%, 2^e jaar 10%, 3^e jaar 15%. → Totaal beoogde bereik over 3 jaar: 30%

Het kan relevant zijn om je **beoogde bereik 'per subgroep'** te specificeren.

Wat realistische doelen per jaar zijn, kun je **bijstellen** op basis van gegevens en ervaringen over jullie eerdere bereik én via je keuzes over het verbeteren van je bereik aanpak (zie pg. 4).

Bereken voor je financiers ook hoeveel **extra bereik** in het komende jaar of 3 jaar mogelijk is met een omschreven **extra budget**.

Stappen

bij het werken aan een groot bereik



Start	Beschrijf de aard en omvang van je doelgroep Zijn er subgroepen te onderscheiden die een aparte aanpak vergen om hen te werven voor deelname?
Doelen	Beschrijf je bereikdoelen op korte en lange termijn
Aanpak	Kies de best mogelijke aanpak voor het bereiken van je doelgroep uitgaande van de beschikbare middelen. zie opties pag. 4 Verwachte resultaten? Tevreden?
Toepassen	Voer de gekozen aanpak uit
Monitoren	Hou het gerealiseerde bereik bij vergelijk met de bereikdoelen en trek conclusies
Verbeteren	Pas je bereik doelen en aanpak tijdig aan, indien nodig
Randvoorwaarden	Werk indien nodig ook aan hun verbetering



Voor versterken **randvoorwaarden**
zie TOOL RANDVOORWAARDEN
capaciteit expertise budget beleid
draagvlak management

DEEL 2 OPSCHALEN VAN INTERVENTIES

Wat bedoelen we met opschalen?

Opschalen in een specifieke strategie voor het vergroten van bereik

We spreken van ‘opschalen’ wanneer we een interventie of programma, met bewezen werkzaamheid, op veel grotere schaal gaan implementeren om te zorgen dat een zo groot mogelijk deel van de beoogde doelgroep of bevolking er baat bij heeft ➡ maximale publieke impact.

Opschalen van interventies vereist óók het opschalen van randvoorwaarden die daarvoor nodig zijn.

Opschaling kan op verschillende manieren gerealiseerd worden:

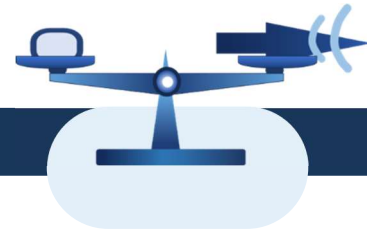
- **Verticale opschaling:** Van een succesvolle kleinschalig experiment naar een implementatie gericht op de doelgroep binnen een hele wijk, of van een succesvolle brede implementatie in één wijk naar implementatie in meerdere wijken of heel stadgebied. Vervolgens naar implementatie in een hele stad, gemeente of regio.
In nationale projecten wordt gewerkt aan landelijke opschaling (bv. *Eén tegen Eenzaamheid*)
- **Horizontale opschaling.** Van implementatie binnen een specifieke setting of vanuit één aanbieder naar implementatie van een interventie of programma in meerdere settings en door meerdere lokale aanbieders. Zo zouden SEV interventies in buurtcentra in aangepaste vorm ook vanuit scholen en sportverenigingen aangeboden kunnen worden, waardoor een groter bereik ontstaat. Daarmee kunnen we ook meer delen van een doelgroep bereiken.



Beslissingen over opschalen worden genomen door het management van gemeenten, lokale instellingen of in lokale overlegorganen van instellingen samen met burgers. Managers, ondersteunende staf, beleidsmedewerkers en stakeholders hanteren daarbij een aantal overwegingen.

Keuzes maken bij opschalen

- Verticaal en/of horizontaal opschalen?
- Schaalbaarheid van de interventie beoordelen
- Bereikdoelen voor opschalen
- Interventies verder verbeteren of aanpassen tijdens opschalen?
- Interventies integreren in bredere programma's?
- Tijdpad van opschalen: duur en snelheid
- Randvoorwaarden voor opschalen
- Samenwerkingspartners en coalities
- Monitoring en verbetertraject



Schaalbaarheid van interventies beoordelen

Een van de eerste taken bij het werken aan opschalen, bv. naar andere wijken of gebieden, is het beoordelen van de **schaalbaarheid** van de interventie. Overwegingen daarbij:

Onderstaande checklist is gebaseerd op de Intervention Scalability Assessment Tool van Milat e.a. 2019

Interventie	Hebben we al voldoende kennis over het beoogde probleem of thema? Voldoende inzicht in omvang, kwetsbare groepen, risico- & beschermende factoren? Is de interventie voldoende onderbouwd? Werkzame elementen bekend? Is de interventie goed beschreven en daardoor overdraagbaar? Is er ondersteuning voor de uitvoering (handleiding, instructies, coaching)?
Effect	Is er voldoende bewijs voor de werkzaamheid van de interventie? Is het bewezen effect groot genoeg? Is er bij opschaling behoefte aan verder versterken van effectiviteit
Aanpassing	Is de bestaande interventie ook geschikt voor toepassing in nieuwe context? Op maat: Zijn er aanpassingen aan interventie nodig bij implementatie in andere wijken, gebieden, nieuwe doelgroepen en vanuit andere aanbieders?
Kosten	Zijn de kosten van het opschalen verdedigbaar gezien verwachte baten? Verwachten we een gunstige tussen kosten en baten verhouding?
Bereik	Laat de voorafgaande fase voldoende bewijs zien voor een goed bereik? Verwachten we ná de opschaling voldoende bereik? Welk bereik? Zijn er in de nieuwe context extra maatregelen nodig voor groot bereik?
Capaciteit	Is er voldoende capaciteit en expertise voor implementatie beschikbaar of realiseerbaar in de wijken en gebieden waar de opschaling op gericht is?
Draagvlak	Is er voldoende draagvlak voor opschaling: politiek, institutioneel, professioneel? Is er voldoende publiek draagvlak in de nieuwe buurten en gebieden?

Wat zijn jullie conclusies uit de voorgaande beoordelingen?

- Is nu beginnen aan de volgende fase van opschaling wenselijk en verantwoordt?
- Wat moet er voorafgaand aan de opschaling eerst gerealiseerd worden?
- Is dat haalbaar? → Zo ja, maak een concreet actieplan en 'wie doet wat?'

Strategisch werken aan opschalen

Onderstaande **lijst met strategische agendapunten** bij opschalen moet nog vertaald worden in een makkelijk hanteerbaar, overzichtelijk model. In de literatuur is veel te vinden over hoe opschalen van interventies strategisch kan worden aangepakt en wat daarop van invloed is. Helaas zijn echter nog weinig studies naar de effecten en successen van opschalingstrajecten¹

- Maak een **overdraagbaar informatiepakket** over interventie of programma
- Beargumenteer de **behoefte aan opschalen** en formuleer **opschaaldoelen**
- **Opschaal team** samenstellen: Wie gaan opschaaltraject sturen en coördineren?
- **Lering trekken** uit eerdere opschaaltrajecten in Rotterdam of elders (bv. Stevige Start)
- **Breng de stakeholders in kaart** en **verken bevorderende en belemmerende factoren**
- **Opschaalplan** maken (lange termijn) en een heldere, stapsgewijze **opschaalstrategie**
- **Wat kunnen we doen? Strategische mogelijkheden bij opschalen**
 - Een gecombineerde lokale top-down én bottom-up aanpak
 - Brede publieksgerichte marketing voor interventie of programma
 - Lobbyen, betrekken en overtuigen van stakeholders, organisaties, gemeente
 - Werken aan verticale en horizontale verbreding van aanbieden interventie
 - Verbreden van aantal en soort aanbieders (ook sectoren buiten welzijnzorg)
 - Stapsgewijs opschalen: pilot → hele wijk → andere wijken → gebieden → stadsbreed
 - Stapsgewijs → innovators, early adopters, early & late majority in de doelgroep
 - Interventie of programma aanpassen & verbeteren in loop van opschalingstraject
 - Interventie inbedden in een bestaand, succesvol en breder programma / aanbod
 - inbedden in een integrale, intersectorale aanpak van gekozen thema
 - Aansluiten bij landelijke projecten: inspiratie, ondersteuning, marketing
 - Gebruik maken van maatschappelijke en financiële ‘incentives’ voor opschalen
- **Financiële planning** en verantwoording, inclusief kosten-baten overwegingen
- Werken aan **opschalen van middelen, capaciteit en draagvlak**
- **Organisatorische infrastructuur** ontwikkelen en **samenwerking met stakeholders**
- **Borgen** van de gerealiseerde opschaling in beleid van gemeente en organisaties
- **Monitoren en evalueren** van de resultaten van opschalen: output, outcome, impact
 - vervolgstappen in opschalingstraject en verbeteracties

¹ Zie recente overzichtsstudie over opschalen preventieve interventies (Smit, Muri en Van Nassau 2024) uitgevoerd in opdracht van RIVM, GGD Amsterdam, Amsterdam UMC, Maastricht University, Kenniscentrum Sport & Bewegen, Nederlands Implementatie Collectief.



Beoogde en gerealiseerde resultaten van opschaling betreffen:

- Uitbreiding van de **randvoorwaarden (input)** voor opschaling van de implementatie en duurzaamheid van die randvoorwaarden
 - structurele verbeteringen budget, capaciteit, expertise, organisatie, samenwerking, beleid, monitoring systeem; en politiek, professioneel, maatschappelijk draagvlak
- Verbreding en toename van het **aanbod** van een interventie of programma (**output**) binnen wijken, stadsgebieden, gemeente en regio
- Verhoging **maatschappelijk bereik** van interventies in doelgroep en populatie (**output**)
- Verhoging van aantal en percentage mensen waarbij beoogde **outcomes** zijn gerealiseerd
- Uiteindelijk gerealiseerde **publieke en maatschappelijke impact**

Het monitoren van deze resultaten vraagt om **bruikbare en passende indicatoren en instrumenten** en een **systeem** van regelmatige dataverzameling en analyse. Daarna de vertaling naar conclusies en verbeterstappen. Dat stelt ook eisen: zorgen dat de data een representatief en betrouwbaar beeld geven van de werkelijke situatie en ontwikkelingen in Rotterdam.

Monitoring gaat vooral over **kwantitatieve data**. **Kwalitatieve verslagen** over het verloop van het opschalingproces kunnen daarbij belangrijke aanvullende informatie bieden, essentieel om zicht te krijgen op hoe het opschalingsproces verloopt en wat daarbij succesfactoren en obstakels zijn.

Zie de recente Excel monitoring schema's voor input en output vanuit WWI en WWJ:

- Monitoring Aanbod & Bereik *Sociaal Emotionele Vaardigheden en Eenzaamheid*
- Monitoring Input (randvoorwaarden) *Sociaal Emotionele Vaardigheden en Eenzaamheid*

Het monitoring systeem voor resultaten van opschaling dient een **duurzaam systeem** te zijn omdat het hierbij gaat om lange termijn processen waarvan de beoogde maatschappelijke resultaten (input, output, outcome, impact) soms pas na jaren zichtbaar worden.

Relaties met de andere TOOLS

Werken aan groter bereik en opschalen is geen op zichzelf staande taak.

Zoals in de voorgaande pagina's is toegelicht, is het uitvoeren van deze taak nauw verbonden met andere kerntaken bij impactgedreven werken (zie impactmodel). Maak daarom bij het werken aan bereik en opschalen **ook gebruik van de steun die andere TOOLS bieden**, met name²:

TOOLS

- Doelen stellen
- Interventies
- Werkzame elementen en succesfactoren
- Combineren interventies
- Integrale aanpak
- Stakeholders
- Implementatie
- Randvoorwaarden
- Monitoring, leren en verbeteren

Handige bronnen bij werken aan bereik en opschalen

Ook diverse landelijke instituten en landelijke projecten bieden ondersteunende tools bij het werken aan maatschappelijke resultaten en specifieke taken daarbij, waaronder het werken aan bereik.

Ondersteunende tools, infographics en succesvoorbeelden over bereik vanuit Movisie:

- Infographic Bereiken ouderen
- Jongvolwassenen bereiken: inspirerende praktijkvoorbeelden
- Ouderen bereiken: inspirerende praktijkvoorbeelden
- Overzicht kaart tools ouderen bereiken en betrekken
- In 7 stappen activiteiten met ouderen opzetten
- Digitale inclusie: wat werkt en succesvoorbeelden

Nog aanvullen met ondersteunend materiaal uit andere landelijke bronnen, zoals bijvoorbeeld het **Kwaliteitskompas** ontwikkeld door het Nederlands Jeugdinstituut. Ook enkele andere landelijke instellingen gebruiken een Kwaliteitskompas, waaronder MOVISIE.

Literatuur

Deze TOOL is gebaseerd op een uitvoerige landelijke en internationale literatuur analyse (2015-2025). Hierbij zijn ruim 100 publicaties bestudeerd. De betreffende literatuurlijst is bij de eerste auteur van deze TOOL opvraagbaar.

² Enkele van deze TOOLS verschijnen pas later dit jaar.