

Ontmoeten, inspireren en verbinden
**Voor meer impact
met onderzoek**



Intro

Bijna honderd impactmakers, voornamelijk uit hogescholen, kwamen op 26 mei 2025 in Utrecht bijeen tijdens de werkconferentie Onderzoek & Impact. Hier deelden ze visies, kennis en ervaringen rond impact maken met praktijkgericht onderzoek. 'Iets positief veranderen in de samenleving, dat is uiteindelijk altijd het doel van deze onderzoeksvorm', zegt Alex Verkade van Regieorgaan SIA, dat samen met de Vereniging Hogescholen het event organiseerde.

Er vindt heel veel mooi en impactvol onderzoek plaats op hogescholen. Maar nog lang niet altijd worden resultaten in de praktijk gebruikt. Daarom brachten we diverse lectoren, onderzoekers en anderen betrokkenen bijeen om samen het net op te halen: wat voor soorten impact maken wij nou eigenlijk met praktijkgericht onderzoek? En hoe zorg je voor een nog groter effect? In dit verslag blikken we terug op een conferentie waar mensen met verschillende perspectieven elkaar ontmoetten en inspireerden.



**“Praktijkgerichte
onderzoekers
kunnen via de
media actief
invloed uitoefenen
op het maat-
schappelijk debat”**

Lector Krista Schram

Sessie 1

Wat inspireert in impact maken?

GANGMAKERS

Drie lectoren trappen de conferentie af met een korte pitch: wat vinden zij belangrijk op het gebied van impact maken? Hoe dragen zij bij aan wezenlijke verandering? De pitches dienen ter inspiratie voor de andere sessies en gesprekken tijdens de conferentie.



Onderzoek is als een Goldberg-machine

Hij vindt er geen doekjes om, **Steven Vos**, lector Sport en bewegen bij Fontys Hogeschool: 'Ik ga wat vloeken in de kerk. Ik vind 'impact' een verschrikkelijk woord. Iedereen heeft er namelijk een ander beeld bij.' Om verandering teweeg te brengen moeten onderzoekers zich continu aanpassen aan hun publiek, vindt Vos. En dat is soms een flinke balanceeroefening. Zijn boodschap is dan ook om je

niet te veel te focussen op het resultaat. 'Het effect van een onderzoek is soms pas een paar jaar later te zien. Focus je liever op het onderzoeksproces, waarin je met partners aan iets waardevols bouwt'. Vos maakt de vergelijking met de beroemde Goldberg-machine. Een supercomplexe machine waarin de ene actie (bijvoorbeeld een rollende knikker) de volgende actie activeert (een omvallende dominosteen) om uiteindelijk een taak te voltooien. De verbinding van al die elementen en acties is nodig om de machine te laten werken. Dat geldt ook voor het onderzoeksproces, stelt Vos. Zonder verbinding van alle betrokkenen geen impact.



Steven Vos

Lector Sport en bewegen
bij Fontys Hogeschool

Wie ken ik eigenlijk niét?

We maken allemaal deel uit van een of meerdere netwerken. 'Hoe beïnvloeden die onze kijk op de wereld?', vraagt **Willeke Slingerland** aan de zaal. Ze is lector Sociale cohesie en de democratische rechtstaat aan de Hogeschool Utrecht, en zet in haar pitch de rol van netwerken centraal. 'Wees je bewust van wie er in jouw



bubbel zit, en wie vooral niet. Waar zit je blinde vlek? Als je impact wilt maken tot in de haarvaten van de samenleving, zul je buiten je eigen netwerken moeten treden. Dat betekent dus dat je jezelf moet afvragen: wie staat er eigenlijk niét in mijn contactenlijst? Waar vind ik de netwerken waartoe de doelgroep van mijn onderzoek behoort? En welke taal spreken zij? Is dat wetenschappelijk jargon of B1?



Willeke Slingerland

Lector Sociale cohesie en
de democratische
rechtstaat aan de
Hogeschool Utrecht

Voor elk medium een passende boodschap

Zoek actief de media op, is het devies van **Krista Schram**, associate lector Publiek vertrouwen in veiligheid bij Hogeschool InHolland. 'Ik zie het als een voorwaarde om impact te maken met onderzoek. Met media-aandacht kun je invloed uitoefenen op de manier waarop er over je onderzoeksonderwerp gesproken wordt. En het maatschappelijke debat is uiteindelijk vaak bepalend voor het beleid dat ervoor gemaakt wordt. Wat heb je nodig om effectief samen te werken met media? Ten eerste een helder beeld van de problematiek en een sterke drive om dat aan te pakken.'

Schram werkt veel samen met een communicatieadviseur van haar hogeschool. Samen kijken ze hoe ze de onderzoeksresultaten het beste naar buiten kunnen brengen. 'Als we anderen willen meekrijgen, maken we het invoelbaar. In mijn onderzoek naar veiligheidsbeleving op straat laat ik mijn doelgroep, jonge meiden, hun ervaringen delen in podcasts en artikelen.' Schram merkt dat media daarop aanslaan. Zeker als je je resultaten vertaalt naar een specifieke kernboodschap voor hun type lezers. 'Voor magazine Flair is dat een ander bericht dan voor het vakblad voor de Vereniging van Nederlandse Gemeenten. Zorg dus voor een pasklare boodschap.'



Krista Schram

Associate lector Publiek vertrouwen in veiligheid bij Hogeschool InHolland

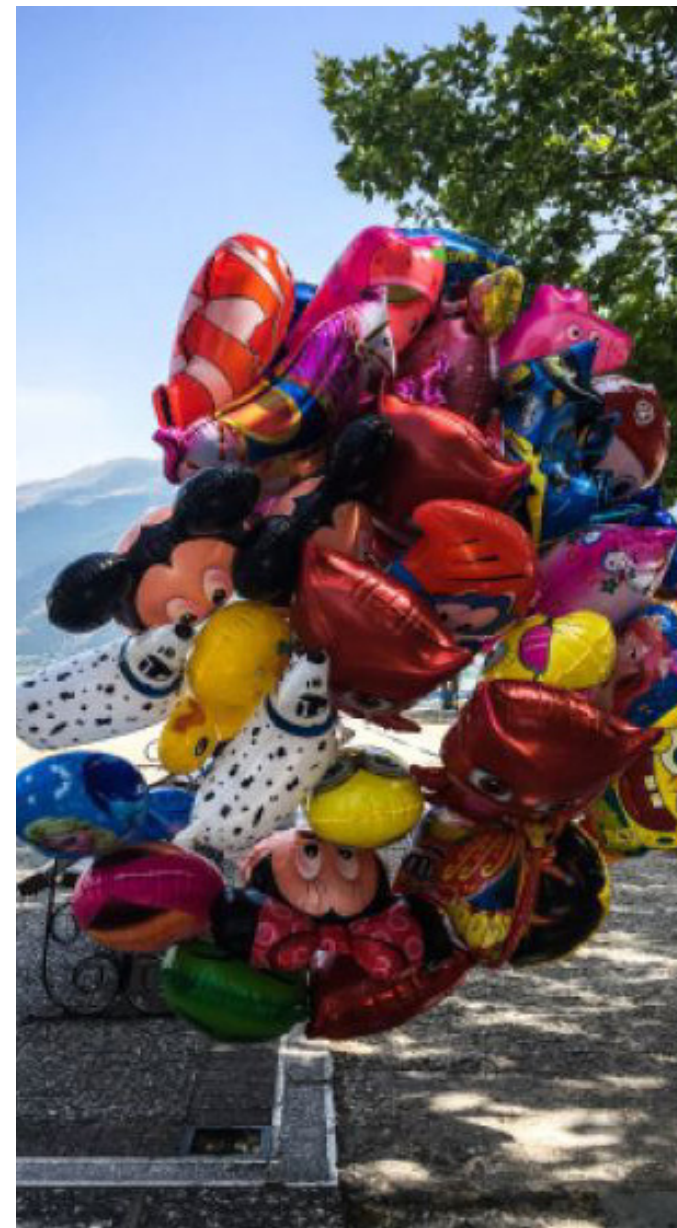


Credits beeld: Dr. Geertje Slingerland (TU Delft)

Kaarten die inspireren

Bij binnenkomst bij de conferentie trokken alle deelnemers een inspiratiekaart met een afbeelding erop. Tijdens de eerste sessie luidde de opdracht: maak de zin op de achterkant van jouw kaart af: 'Dit beeld doet me denken aan onderzoek en impact omdat ...' Vervolgens werd iedereen uitgenodigd om met iemand in gesprek te gaan over hoe hun kaart inspireert op het gebied van impact maken. Wat kun je leren van het perspectief van de ander?

Wendy Kemper, programmamanager Centre of Expertise Krachtige Kernen aan HAN University of Applied Sciences: 'Als een kind een Disney-ballon ziet, is de kans groot dat het roept: 'Die wil ik ook!' Onderzoekers zouden hun resultaten net zo verleidelijk moeten maken voor hun doelgroep. Maak het leuk, en niet alleen nuttig. Verleid ze om met jouw resultaten aan de slag te gaan in de praktijk.'



**Evelien Kooiman-Dijkstra,
programmamanager bij SIA:**

‘Het is goed je voor, tijdens en aan het einde van het onderzoek bewust bij elke stap af te vragen: welke schoenen passen bij deze stap? Bijvoorbeeld voor de plek die de onderzoeksresultaten aan het einde van het project moeten gaan hebben in de praktijk. Ligt er een plan? Wat en wie heb je daar in de verschillende fasen van het onderzoek voor nodig? Ook buiten het consortium.’



**“Wees je bewust van
wat en wie je nodig hebt
om de onderzoeks-
resultaten een plek in
de praktijk te geven”**

Evelien Kooiman-Dijkstra, programmamanager SIA

Sessie 2

Over de streep: waar sta jij?

Op de vloer in het midden van de zaal wordt een grote streep getrokken. Sessie twee start met een interactief spel waarin deelnemers aan de hand van stellingen letterlijk en figuurlijk een positie kiezen. Hosts van de sessie zijn lector Daan Andriessen en onderzoeker Wilke van Beest, van het lectoraat Onderzoekend Vermogen aan de Hogeschool Utrecht.

Alle stellingen die zij voorleggen raken aan onze kijk op impact. Want daar zijn de meningen nogal over verdeeld. De onderzoekers nodigen deelnemers uit om hun plek, links of rechts van de streep, plenair toe te lichten. Want hoewel dit spel ogenschijnlijk veel tegenstellingen oproept, is het zaak om daarin juist de verbinding met elkaar te vinden, aldus Daan.

Persoon A

‘Je moet eerst het probleem snappen om er daarna wat aan te veranderen.’

Persoon B

‘Volgens mij is het geen tegenstelling. Ik probeer elke dag impact te maken, maar ik kan het niet in m’n uppie.’

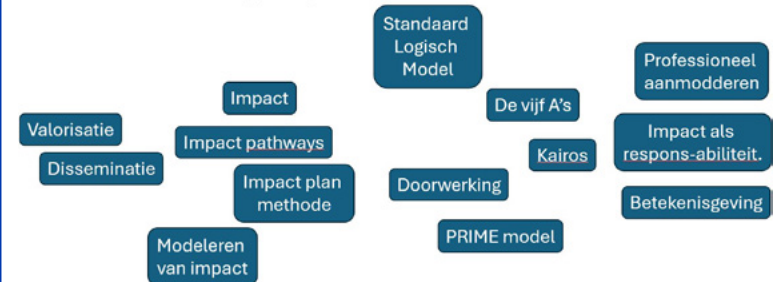
Stelling

Goed onderzoek is gericht op begrijpen...

Stelling

Impact maken is iets waarvoor ik mij iedere dag inzet...

Vele visies op impact



...of ingrijpen.

Persoon B

‘Soms moet je ingrijpen om het probleem te begrijpen.’

...of iets dat ik wel belangrijk vind, maar dat anderen beter kunnen dan ik.

Persoon A

‘Daar zijn anderen beter in, en ook meer mee bezig dan ik. Zoals activisten, of zorgverleners die met de handen aan het bed staan. Ik doe toch onderzoek?’

Stelling

Een concrete praktijkver-betering voor een specifieke context is precies de vorm van impact die ik voor ogen heb...



Jacco

‘Daar ben ik het niet mee eens. Als je iets voor een specifieke doelgroep ontwerpt en het blijkt uiteindelijk niet te passen, dan heb je gewoon zitten snurken. Het is belangrijk om tijdens het onderzoek zowel naar inhoud als vorm kijken: wat gaat werken in deze context, met deze doelgroep?’

Jacco

‘Ik onderzoek hoe bedrijven beter met onzekerheid kunnen omgaan. Een factor die je niet onder controle hebt, maar waar bedrijven maar al te graag risicomanagement op loslaten. Ik kijk waar mijn onderzoek resoneert en ga met de mensen die daarop afkomen spelenderwijs aan de slag. Zij weten als geen ander hoe het in hun organisatie werkt. Dus samen met hen denk ik na over de vorm: hoe maken we de resultaten in jullie context toepasbaar? Voor mij is die interactie met de doelgroep juist heel belangrijk voor het resultaat.’

“Vier de verschillende, uiteenlopende en zelfs conflicterende opvattingen over impact. En laat de managementlogica niet winnen”

Jacco van Uden

...of pas het begin. We zijn pas klaar als de verbetering echt gebruikt wordt.



Jan-Willem

‘Na mijn onderzoek is het vaak nog niet klaar. Het komt voor dat mijn resultaten nét niet helemaal passen in de praktijk. Dan vind ik het belangrijk om het proces van pasklaar maken goed te begeleiden. En ervoor te zorgen dat de praktijk de juiste kennis en werkvormen in handen heeft om de resultaten te laten werken.’

Jan-Willem

‘Door onze verschillende vakgebieden hebben we denk ik een iets ander perspectief. In mijn vak als moleculair bioloog gebeurt het vaak dat ik nog wat moet aanpassen voor aanpalende situaties. Ik help veredelingsbedrijven om klimaatbestendige gewassen te veredelen. Mijn resultaten kunnen voor variant A van een komkommer goed werken, maar nét niet voor variant B. Dan moet ik het voor variant B net wat anders vertalen, als ik mijn resultaten breder wil inzetten. Wat doe jij?’

Deze stelling roept veel discussie op. De groep is verdeeld over de verantwoordelijkheid van de onderzoeker, en tot waar die reikt. Ruim driekwart van de groep kiest uiteindelijk voor de rechterkant. Onderzoekers Jacco van Uden en Jan-Willem Donkers, die ieder aan een andere kant van de streep staan, praten na afloop verder met elkaar.



Aan het einde van sessie 2 schrijven alle deelnemers, in opdracht van onderzoekers Daan en Wilke, hun tip voor impact op een kaart. Zij bundelen die tot een boekje dat later dit jaar verschijnt: 100 tips voor impact maken met praktijkgericht onderzoek. Een mooi naslagwerk om mee terug te nemen naar de werkvloer. Hier alvast een voorproefje:

5 uitgelichte tips voor impact

1. Bekijk en betrek andere invalshoeken, uit bijvoorbeeld andere domeinen, rollen of type organisaties.
2. Tijdens het (onderzoeks)traject dicht bij de klant/afnemer van het traject blijven. Niet doorduwen maar meesturen.
3. Leg je probleem en je oplossing uit aan een groep basisschoolkinderen.
4. Creëer een duidelijke inspraakkaart wat, waar en voor wie je impact wil maken.
5. Vraagarticulatie is ook impactarticulatie: begin bij de start al over impact te praten.

Halen & brengen

Theo Niessen, lector Impact als respons-abiliteit, Fontys Hogeschool

Wat kom je brengen?

‘Mijn onderzoek naar impact is een aanvulling op wat er hier vandaag gebeurt. Ik onderzoek hoe impact tot stand komt. Ik zie impact niet alleen als een meetbaar eindresultaat, maar als een dynamisch proces dat ontstaat in dagelijkse interacties tussen alle betrokkenen. Als ik met een ander in gesprek ga, ben ik niet de degene die impact maakt, maar juist degene die mijn verhaal aanhoort. Het gaat erom wat die ermee kan én doet. Als die persoon mijn verhaal een welkome variatie vindt, neemt die dat mee in vervolggesprekken met anderen. En als die het verhaal ook weer nuttig vinden en doorgeven, ontstaat er een treintje. Impact ontstaat dus pas wanneer je toehoorderschap vindt bij anderen.’

Wat kom je halen?

‘Ik ben ontzettend benieuwd naar de mensen die hier zijn, en hun manier van impact maken. Daarnaast geldt voor mij hetzelfde: ik ben een lector met het onderwerp impact, maar in lijn met wat ik hierboven vertelde, heb ik geen impact wanneer ik niet in staat ben om verbinding te maken met anderen en toehoorderschap te vinden. Daar ga ik vandaag dus ook naar op zoek.’

Halen & brengen

Idwer Doosje, onderzoeker Hogeschool Utrecht en maker podcast [Kortsluiting](#)

Wat kom je halen?

‘Nieuwe manieren om nog meer impact te maken! De pitch van Krista Schram inspireerde me enorm. Ik voel vaak schroom om naar de media te stappen. Mijn onderzoek is toch niet mediawaardig? Krista liet zien hoe je op zoek moet gaan naar publicatiekanalen die passen bij jouw doelgroep. En hoe je je onderzoek voor hen interessant maakt. Als dat lukt, is ieder onderzoek mediawaardig.’

Wat kom je brengen?

‘Samen met mijn collega Remco Coppoolse maakte ik twee jaar lang de podcast ‘Kortsluiting’, over praktijkgericht onderzoek en hoe onderzoekers dat nou eigenlijk doen. Van die gesprekken heb ik veel geleerd. Je hoort soms de interne strijd van onderzoekers. Ze willen gedegen analyses doen, maar tegelijk wil de praktijk morgen aan de slag met de resultaten. Wat ik in dat spanningsveld kan brengen is: durf je kwetsbaar op te stellen om te laten zien dat je onderweg bent. Zo presenteer ik zelf morgen de eerste inzichten uit mijn onderzoek. Op de presentatie plak ik wat digitale ducttape om te benadrukken dat het nog in de steigers staat. Daarmee nodig ik ze uit om input te geven. Hopelijk leren we op die manier van elkaar, en brengt het ons allemaal een stap verder.’

Sessie 3

De praktijk vraagt om impact: (hoe) grijp je in?

“Innovatief denken vergt dat je van elkaars kennis gebruikmaakt. Tegelijkertijd heeft iedereen het al druk genoeg met z’n eigen werk en onderzoek. Zorg daarom dat je tijd maakt om te verbinden.”

Wendy Scholtes-Bos

“Je kunt een geweldige innovatie voor de zorg bedenken, maar als die niet gebruikt kan worden omdat zorgsystemen nog niet geschikt zijn, is het zonde van de tijd. Denk van tevoren goed na over de stappen die nodig zijn om de innovatie te implementeren en gebruiken.”

Wendy Scholtes-Bos

“Een onderzoeksvraag kan tot een ander antwoord leiden dan je in eerste instantie had gedacht. Daarom is het goed om tijdens het project regelmatig te reflecteren. Gaan we nu een andere afslag nemen? Dat is oké, maar laten we dan kijken wat dat betekent voor de wederzijdse verwachtingen. Zorg dat die goed op elkaar zijn afgestemd.”

Jon Leijh

Hoe benutten praktijkpartners onderzoeksresultaten optimaal om impact te maken? Dagvoorzitter Aniek Moonen gaat in gesprek met drie vertegenwoordigers uit de praktijk: Wendy Scholtes-Bos, ondernemer in de zorg en het sociaal domein, Arend Koekkoek, CEO van Pixel Farming Robotics en Jon Leijh, Stafofficier Innovatie bij de Koninklijke Landmacht. Zij delen hun behoeften en ervaringen met praktijkgericht onderzoek in een panelgesprek.

We voeren het gesprek volgens de Fishbowl-methode: de deelnemers bespreken in kleinere groepen (fishbowls) wat hen is opgevallen tijdens het panelgesprek. Elke groep kiest vervolgens een woordvoerder die één scherpe vraag of helder inzicht formuleert namens de groep. Zij schuiven aan bij de praktijkpartners uit het panel.

“De grootte van Defensie kan ook een last zijn. Wat is nu het échte probleem? Hogescholen weten vaak niet waar ze terecht moeten. De wil om samen te werken is groot. Alleen, hoe gaan we elkaar het beste vinden? We moeten ons ‘makelaarskantoor’ daarom beter inrichten.”

Jon Leijh

Zou het fijn zijn als een intermediair op een rijtje zet waar je welk onderzoek vindt op welke hogeschool?

Dagvoorzitter Aniek Moonen

“Hebben jullie geen internet? Dat is toch meer dan voldoende. Of ik vraag het gewoon ChatGPT. Die extra filter van een intermediair zorgt voor derde belangen. Dat is slecht voor het pure onderzoek.”

Arend Koekkoek





“Mijn oproep is: gebruik die SIA-gelden voor onderzoekers met creatieve ideeën. De onderzoeks-aanvragen voor SIA-financiering mogen wel wat flamboyanter. Doe mij maar de outcasts, de weirdo's. Nikola Tesla bedacht die motoren ook niet omdat hij dat moest doen. Hij bedacht ze omdat hij dat wilde doen. Ik denk dat de waarde van dat soort vrijheid op dit moment, in dit economische klimaat, zwaar wordt onderschat.”

Arend Koekkoek (op de foto tweede van links), CEO van Pixel Farming Robotics

De kracht van het originele idee

“Onderzoekers vragen mij vaak: wat zou jij willen? Ik vind dat niet interessant. Ik weet wel wat ik wil voor mijn bedrijf. Wat ik zóek zijn originele ideeën die ik zelf niet zou bedenken. Als het goed is zijn onderzoekers op hogescholen omringd door jonge mensen – vrij van geest en niet gehinderd door budgetten. In een ideale situatie checkt zo'n student of onderzoeker zijn of haar pure idee bij mij, waarna we samen kijken hoe we elkaar kunnen versterken. Vanuit daar kan dan een project ontstaan.”

Slotwoord

“Impact als veelkoppig monster”

‘Ik kijk terug op een inspirerende middag’, zegt Joeri van den Steenhoven, lid College van Bestuur Hogeschool Leiden. ‘We hebben gezien dat impact een veelkoppig monster is. Een simpel woord, maar ingewikkeld om te genereren. We zagen verschillende typen impact in praktijkgericht onderzoek voorbijkomen. Zo is beleidsverandering tweevleugelig een heel ander type impact dan een product ontwikkelen met een bedrijf. Daarom is het zo belangrijk om met de praktijk af te spreken naar welke type impact je samen streeft.’

‘Die verschillende typen impact hebben verschillende instrumenten nodig. Media zijn een instrument, maar voor een fysiotherapeut die een nieuwe behandelmethode bedenkt, is de Telegraaf niet het beste medium om impact te maken. Maar een kanaal van een landelijke raad van fysiotherapeuten misschien wel. Een derde factor is de positie van de onderzoeker: ben ik toeschouwer of

deelnemer? Gaat het om begrijpen of ingrijpen? Er is niet één antwoord.’

‘Type impact, instrumenten en de positie van de onderzoeker. Ze vormen samen een driehoek waarover we meer met elkaar, én de praktijk, moeten nadenken’, aldus Joeri. Als de verantwoordelijkheden en verwachtingen duidelijk zijn, kunnen we samen nog meer het verschil maken.



Joeri van den Steenhoven
Lid College van Bestuur
Hogeschool Leiden

Nog meer leren en zien van de conferentie?

Een uitgelezen moment om de video's te bekijken:

- Conferentie in vogelvucht: [de aftermovie](#)
- Pitch lector Steven Vos: [Onderzoek is als een Goldberg-machine](#)
- Pitch Willeke Slingerland: [Wie ken ik eigenlijk niét?](#)
- Pitch Krista Schram: [Voor elk medium een passende boodschap](#)



Cabaretière Kiki Schippers sluit de conferentie af.

Colofon

Uitgave: Regieorgaan SIA,
in samenwerking met
Vereniging Hogescholen
Tekst: Schrijf-Schrijf
Fotografie: Daan Jeurens
Ontwerp: Ontwerpwerk

