



**100 tips**  
**om tot**  
**impact**  
**te komen**

## Colofon

### Auteurs:

Wilke van Beest,  
Marieke Zielhuis  
Daan Andriessen  
*Hogeschool Utrecht*

### Diverse tipgevers

*Tijdens de conferentie Onderzoek & Impact  
van Regieorgaan SIA en Vereniging Hogescholen  
op 26 mei 2026 en een bijeenkomst met  
SIA-medewerkers op 3 juni 2025*

### Vormgeving

Lotte van der Schoot  
*Hogeschool Utrecht*

### Datum van publicatie

17 november 2025

*Deze publicatie kwam tot stand in samenwerking  
met het Regieorgaan SIA.*

## 100 tips om tot impact te komen

Hogescholen en praktijken werken samen in praktijkgerichte onderzoeksprojecten om de beroepspraktijk en het hoger beroepsonderwijs te verbeteren. Het praktijkgerichte onderzoek heeft dus als doel om – zogenoemd – impact te maken in de praktijk en het onderwijs. Uit onderzoek blijkt dat impact maken via praktijkgericht onderzoek niet makkelijk is en dat het bovendien op veel verschillende manieren kan.

### Impactmakers

Samen met bijna honderd impactmakers, voornamelijk uit hogescholen, hebben we impacttips verzameld voor praktijkgericht onderzoek. Dit hebben we gedaan tijdens de conferentie Onderzoek & Impact van Regieorgaan SIA en Vereniging Hogescholen op 26 mei 2026 en een bijeenkomst met SIA-medewerkers op 3 juni 2025.

We vroegen deelnemers van deze bijeenkomsten om hun beste impacttip vanuit hun eigen ervaring op te schrijven en om hierover in gesprek te gaan met iemand uit de zaal. Vervolgens vroegen we hen om hun eigen tip aan te vullen naar aanleiding van het gesprek. In veel gevallen heeft dit tot een nieuwe tip geleid.

Er zijn uiteindelijk 100 tips gegeven die kunnen inspireren om tot meer impact te komen met praktijkgericht onderzoek.

---

1) Coombs, Meister-Broekema & Meijer, 2025; Van Beest, 2023; Budtz Pedersen, Grønvad en Hvidtfeldt 2020; Smit en Hessels 2021.

# Visies over impact

We zien in deze 100 tips dat er verschillende visies zijn op hoe je tot impact komt. Verschillende tipgevers benadrukken dat impact verschillend wordt gezien en begrepen, bijvoorbeeld tussen verschillende domeinen of onderzoeksrichtingen. Het is daarom belangrijk om helder te krijgen hoe je je hiertoe verhoudt. Door onderzoekers en hun partners te helpen om impliciete ideeën over het creëren van impact tijdens het project expliciet te maken, kan de impact worden verbeterd.<sup>2</sup>

De eerste vijf tips gaan over het bespreekbaar maken van impact.

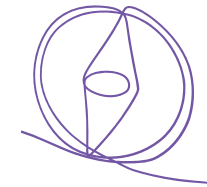
## Tips over het bespreekbaar maken van impact

1. Definieer wat je bedoelt met impact en hoe je het meetbaar kunt maken (Lector).
2. Vier de verschillende uiteenlopende en zelfs conflicterende opvattingen over impact en laat de management-logica niet winnen.
3. Zorg dat je het in de basis met elkaar eens bent over wat impact is en wat je wilt bereiken.
4. Houd rekening met verschillende (onderzoeks)domeinen en achtergronden wanneer je een samenwerking start.
5. Maak duidelijk hoe “vraagarticulatie” onderzoekers helpt om de maatschappij te verbeteren.

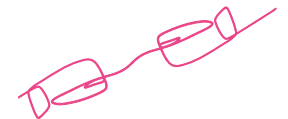
Naast het bespreekbaar maken van impact, waaronder het expliciet maken van opvattingen over impact en bespreken wat het doel is van een project, hebben we de tips onderverdeeld in vijf categorieën van manieren om tot impact te komen. Je kunt impact maken door:



te plannen



kennis te  
delen



samen te  
werken



te verbinden



te reflecteren  
en te leren

We bespreken deze vijf manieren van impact maken kort, gevolgd door de bijbehorende tips per categorie. Daarnaast hebben we per categorie één tipgever om een korte toelichting gevraagd.

## Impact door te plannen

Er zijn meerdere tips gegeven over het plannen van impact. We zien tips die gaan over een goede start, over het flexibel blijven en bijsturen gedurende de geplande route en over de weg na afloop van het onderzoeksproject. Vanuit de literatuur herkennen we deze drie aandachtspunten bij het plannen van de impact die onderzoekers en hun partners beogen bij onderzoeksprojecten.



Aan het begin van een onderzoeksproject hebben onderzoekers en hun partners vaak een idee over hoe ze impact willen creëren, al dan niet omdat ze daartoe worden aangezet. Deze impactplannen veranderen tijdens het onderzoeksproject omdat het onderzoek anders loopt dan gepland. Het creëren van impact is immers meestal een evoluerend proces dat niet op een bepaald moment gebeurt of "af" is. In een onderzoeksproject is er vaak sprake van een reeks (onverwachte) 'kleine overwinningen'<sup>3</sup> of kleine stappen die samen de impact van een project bepalen. Deze stappen vormen samen een traject of route.<sup>4</sup> Impact wordt dan gezien als iets dat plaatsvindt op die route die als start voorafgaand aan een onderzoek en doorgaat na afloop van het onderzoek.

## Tips over een goede start

6. Bedenk vooraf wat voor alle betrokkenen de reden is waarom ze mee willen doen aan jouw onderzoek. Waar worden ze blij van en hoe willen ze zich verbinden aan de weg die je inslaat. Blijf in gesprek over de verschillende wensen en noden om te blijven ontwikkelen.
7. Begin met impact creëren en nadenken over wat impact is voor het project aan het begin van je onderzoek. Het is te laat om achteraf te starten met impact maken. Impact begint bij het begin.
8. Maak de manier waarop je impact wilt maken zo concreet mogelijk. Begin met het definiëren van kleine stapjes die meetbaar/zichtbaar te maken zijn (Informatieadviseur).
9. Zorg dat je "het probleem" heel goed hebt gevalideerd en begrepen en van tevoren alle aspecten bedenkt die nodig zijn om jouw oplossing geadopteerd/gebruikt te krijgen (Impact developer).
10. Neem impact op in het onderzoeksvoorstel als evaluatiecriterium en bespreek het regelmatig (Programmamanager).
11. Creëer een duidelijke inspraakkaart waarop je aangeeft wat, waar en voor wie je impact wilt maken (Lid CvB).



3) Bours et al., 2022

4) Springer-Heinze et al., 2003; Van Beest, 2023

## Tips over wendbaarheid gedurende het project

- 12.** Beantwoord eerst de volgende drie vragen: Wat is de beoogde impact? Voor wie? Welke impactstrategie past daar het beste bij? (Lector).
- 13.** Betrek alle stakeholders in een co-creatieproces.
- 14.** Begin bij de start al over impact te praten: vraagarticulatie is impactarticulatie.
- 15.** Krijg vooraf aan het onderzoek, het liefst al bij de vraagarticulatie, een beeld van de situatie van de praktijk van de praktijkpartner: zijn de randvoorwaarden voor implementatie gunstig of ongunstig? Welke wegen moeten eerst vrijgemaakt worden en wie kan dat oppakken op welk moment? Streven is om dat aan het einde van het project afgerond te hebben.
- 16.** Wees er bewust van dat impact maken niet alleen onderdeel is van de laatste stap maar dat dit gedurende het hele proces aandacht moet krijgen (Lector).

- 17.** Weet wat je wil, met wie (en verdiep je van tevoren in wat de ander wil) je dat wil en hoe je dat gaat doen. Ben vervolgens wendbaar!
- 18.** Maak van tevoren een impactplan waarin je beschrijft wat je minimaal wilt bereiken. Speel gedurende het onderzoek in op onverwachte kansen en mogelijkheden.
- 19.** Staar je niet blind op eventuele vooraf bedachte impact en blijf open staan voor koerswijzigingen: gebruik onderweg opgedane kennis en ervaring (Programmamanager).
- 20.** Zet een duidelijk en zo veel mogelijk concrete stip aan de horizon. Werk daar vanuit terug naar activiteiten voor de benodigde partners en houd ruimte voor 'kairos', de onverwachte momenten waarbij impact ontstaat.
- 21.** Start vanaf het begin met de toepassing en blijf het einddoel zien. Loop niet vast op details die voor de toepassing irrelevant zijn.
- 22.** Begin bij het einddoel: wat moet er volgens jou veranderen in de praktijk? Wie moet je bij je project betrekken om die verandering te realiseren? (Programmamanager).



**23.** Betrek eindgebruikers vanaf het begin bij de vraagarticulatie en probleemanalyse. Houd tijdens het project contact over de voortgang en bevindingen. Reflecteer en voer het gesprek over de voortgang en de bevindingen. Deels kan dit via formele commissies of klankbordgroepen en deels informeel op locatie of in werkgroepen. Dit is een doorlopend proces zonder duidelijk begin of eindpunt. Het doel hiervan is om het probleem op te lossen en/of antwoord te vinden op de vraag (Programmamanager).

**24.** Durf een doel te kiezen en steeds te bedenken: brengt dit mijn doel dichterbij? Dat betekent niet per se een "groot" doel of iets voor "iedereen" (juist niet) maar wel het maken van een echte keuze (Directeur).

**25.** Focus je op het proces en niet op de (kwantitatieve) uitkomsten. Het proces heeft vaak al meer impact dan je denkt. Het product of de outcome vaak minder.

**26.** Organiseer je met een richtinggevende visie. Maak de impact die je wilt maken concreet en sprekend en zet stappen met partners. Hierbij geldt dat de stappen zijn niet altijd voorspelbaar zijn. Toch is het van belang om deze stappen te zetten (en om sensitief te zijn voor wat er werkelijk gebeurd/nodig is. Durf eigen lijn te volgen of pad aan te passen waar nodig).

**27.** Wacht niet te lang met het uitproberen van je strategie. Je strategie zou in een ideaal geval het resultaat moeten zijn van het onderzoek dat je uitgevoerd hebt. Na het uitproberen is het belangrijk dat je je beleid/strategie bijstelt op basis van het empirische resultaat (Communicatieadviseur).

**28.** Heb oog voor de bijeffecten die kunnen ontstaan tijdens het doen van het onderzoek.

**29.** Blijf zoeken naar wegen om wat je wilt mogelijk te maken.

**30.** Kijk naar mogelijkheden:

- Kijk buiten de gebaande wegen om impact te maken
- Neem de tijd
- Spreek met veel mensen over het onderzoek (ook als het nog niet is afgerond)
- Luister
- Verbind ideeën
- Durf creatief te zijn
- Steek energie in het maken van impact



## Tips over de weg na afloop van het onderzoeksproject

31. Bouw aan het eind van het project tijd in om na te denken over het verder brengen van het opgeleverde resultaat en verplicht jezelf tot een hele concrete actie (bijvoorbeeld het aansluiten bij een bepaalde bijeenkomst).
32. Maak onderzoeksprojecten die niet afgerond zijn, maar wel potentie hebben toegankelijk voor nieuwe studenten of onderzoekers zodat er duurzamer gewerkt kan worden aan het onderzoek (SIA).
33. Maak een plan voor het vervolg van het project als de financiering is afgelopen.

## Interview Anne Binnendijk, programmamanager SIA



**Tip:** Staar je niet blind op eventuele vooraf bedachte impact en blijf open staan voor koerswijzigingen: gebruik onderweg opgedane kennis en ervaring.

***Je geeft aan dat onderzoekers en hun partners zich niet blind moeten staren op vooraf bedachte impact. Welke waarde heeft het om vooraf na te denken over de impact die ze willen maken?***

“Het is waardevol om vooraf na te denken over de beoogde impact van een onderzoek en wie je daarbij nodig hebt. Dit helpt bij het vormgeven van je onderzoek op een manier die de kans op het bereiken van die beoogde impact vergroot.”

***Op welke manier kunnen onderzoekers en hun partners zich bewust worden van eventuele koerswijzigingen die nodig zijn om het project verder te brengen? Hoe bepaal je of opgedane kennis en ervaring moet leiden tot een koerswijziging?***

“Een koerswijziging kan soms nodig zijn als er zich onverwachte veranderingen voordoen. Deze veranderingen kunnen zowel intern, zoals in het consortium, als extern, zoals in beleid, gebeuren. Een koerswijziging zal meestal niet gemakkelijk zijn.



Er is dus altijd een afweging nodig tussen het risico van een koerswijziging en de grotere kans op nuttige onderzoeksresultaten of impact die het oplevert.”

***Hoe kunnen onderzoekers en/of praktijkpartners anderen (en natuurlijk ook subsidieverstrekkers als SIA) meenemen in koerswijzigingen?***

“Het zo vroeg mogelijk informeren van de betrokkenen en waar relevant betrekken van (nieuwe) belanghebbenden zal helpen om draagvlak te creëren. Dit kan bijvoorbeeld via regelmatige updates (in een gedeelde digitale omgeving) of via regelmatige meetings. Wanneer een koerswijziging nodig blijkt hangt het van de grootte van het project en consortium af hoe je dit het beste kan aanpakken.

Bij grotere projecten is een (online) sessie waarin je gezamenlijk de wijziging bespreekt een goed idee. Soms is het beter om aparte sessies te organiseren per type samenwerkingspartner. Bij kleinere projecten denk ik aan telefonisch contact om de wijziging te bespreken of persoonlijke e-mails om te informeren.

SIA moet op de hoogte worden gesteld van koerswijzigingen in door ons gefinancierde onderzoeksprojecten. We denken hierbij graag mee als critical friend. Als SIA kunnen we inhoudelijk meedenken over de koerswijziging die wordt beoogd/gewenst.

Dan kijken we mee of het project nog wel voldoet aan de eisen van de call for proposals, en kunnen we ook meer algemeen meedenken. SIA hoeft hierin in principe alleen betrokken te worden via een wijzigingsverzoek met, waar nodig, extra consortiumpartnerformulieren en een aangepaste consortiumovereenkomst en begroting. Als er een wijzigingsverzoek wordt ingediend, dan kijken we of het onderzoek nog voldoet aan de call for proposals, en naar de reden voor de wijziging. We kijken onder andere of er een goede reden is en of het project nog haalbaar is. Dat kan vaak schriftelijk worden afgehandeld en goedgekeurd.

Soms is er twijfel, en dan kan er telefonisch contact zijn met de contactpersoon van het project. Bij sommige subsidieregelingen, zoals SPRONG, wordt er jaarlijks een monitoringsgesprek ingepland met twee SPRONG-mentoren en een programmamanager vanuit SIA. Daarin faciliteren we dan een gesprek met een vertegenwoordiging van de SPRONG-groep, waarin de mentoren en de collega vanuit SIA bijvoorbeeld tips kunnen geven over een gewenste koerswijziging.”



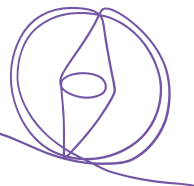
## Impact door kennis te delen

Bij impact denken veel impactmakers aan manieren om kennis te delen: bijvoorbeeld via kennisproducten zoals een podcast, (wetenschappelijk) artikel of infographic en aan kenniskanalen als open access platforms en publieke media. Impact komt op deze manier tot stand door het creëren en verspreiden van kennisartefacten, ook wel kennisproducten genoemd.<sup>5</sup>



## Tips over kennisproducten

- 34.** Communiceer, ook visueel en op een toegankelijke en vindbare plek.
- 35.** Stop met het schrijven van artikelen en ga tekenen, maak animaties en ga podcasten (Associate lector).
- 36.** Zorg ervoor dat je de onderzoeksresultaten mooi en professioneel presenteert (Form Follows Function). Dat verhoogt de mate van impact.
- 37.** Zet passende communicatiemiddelen in om via de media en publieke opinies doelgroepen te bereiken. Dat kunnen burgers zijn maar ook - afhankelijk van het doel en resultaat - gemeenten, politiek of anderen. Maak communicatie zo mogelijk ook persoonlijk om mensen te motiveren (Communicatieadviseur).
- 38.** Zorg dat je momentum bewaart in het onderzoeksproject. Een kort mailtje naar de juiste persoon (op het juiste moment) is soms al genoeg. Soms is 'managing up' ook noodzakelijk.
- 39.** Promoot het onderzoek door gebruik te maken van marketingtechnieken en social media.
- 40.** Maak onderzoeksoutput FAIR: Findable (vindbaar voor mens en machine) Accessible (toegankelijk), Interoperable (uitwisselbaar/compatible) en Reusable (herbruikbaar).



5) Van Turnhout et al., n.d.

## Tips over doelgroepen

**41.** Gebruik een andere taal voor verschillende stakeholders: maak verschillende verhalen voor verschillende doelgroepen zowel cijfermatig als verhalend.

**42.** Verplaats je zo goed mogelijk in de stakeholder en bekijk het onderzoek vanuit zijn/haar belang. Zoek vanuit daar een 'haakje' om de boodschap vorm te geven.

**43.** Denk na over hoe anderen van jouw kennis gebruik kunnen maken.

**44.** Houd altijd voor ogen: "wie heeft hier iets aan?" – direct betrokkenen of niet direct betrokkenen (Business developer).

**45.** Leg je probleem en je oplossing uit aan een groep basisschoolkinderen (Teamlead ministerie).

**46.** Pas een marketing-/communicatiestrategie toe vanuit de leidende vraag: wie heeft baat bij de resultaten van het onderzoek? (Informatiespecialist).

**47.** Zoek uit waar jouw doelgroep informatie vandaan haalt en vertel daar over de resultaten van het onderzoek (Communicatieadviseur).

**48.** Presenteer uitkomsten van praktijkgericht onderzoek aan degene die beleid maken en besluiten nemen bij een ministerie, parlement, Europese Commissie, Europees Parlement en de Europese Raad.



## Interview Dirk Jan Castricum, informatiespecialist SIA

**Tip:** Pas een marketing-/communicatie strategie toe vanuit de leidende vraag: wie heeft baat bij de resultaten van het onderzoek?



### ***Wat versta je onder impact van onderzoek?***

“Oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken, vernieuwing van de beroepspraktijk en verbetering van het onderwijs. Praktijkgericht onderzoek van hogescholen vergroot de samenwerking met bedrijven en maatschappelijke organisaties met als gevolg positieve effecten op de samenleving.”

### ***Wanneer (of op welke plek in het onderzoeksproces) moeten onderzoekers zich volgens jou bezig houden met het maken van een marketing-/communicatiestrategie?***

“Ik denk dat het goed is om zo vroeg mogelijk in het onderzoeksproces de doelgroepen te beschrijven. Bijvoorbeeld welke ondernemers hebben baat bij de innovatie? Welke hogescholen zouden interesse hebben in de nieuwe inzichten om het onderwijs van het hbo te verbeteren?”

### ***Hoe kunnen onderzoekers een marketing-/communicatiestrategie opstellen en kan SIA daarbij ondersteunen of is dit meer iets voor de organisaties?***

“Indien onderzoekers nog niet een communicatieplan hebben, dan zou het opzetten van een korte lijst actiepunten een goed begin zijn. Hoe kunnen de doelgroepen worden voorzien van informatie over de resultaten van het onderzoek? Hoe gaat de boodschap eruit zien en welke kanalen kunnen worden gebruikt? De communicatieafdeling van de hogeschool zou hierbij kunnen helpen, maar bij SIA hebben we ook communicatie experts die ondersteuning kunnen bieden.”



## Impact door samen te werken

Veel impactmakers geven aan dat impact zelden iets is dat onderzoekers in hun eentje voor elkaar krijgen. Praktijkpartners, beleidsmakers, onderzoekers uit verschillende domeinen, eindgebruikers en ondernemers kunnen allemaal een bijdrage leveren vanuit verschillende rollen en expertises.

De manier waarop onderzoekers tijdens een onderzoeksproject werken aan het creëren van impact hangt sterk samen met hun visie op onderzoek en de rol van onderzoek en onderzoekers ten opzichte van de samenleving.<sup>6</sup> De tips laten zien dat het expliciet maken van de rol van onderzoek en waar het onderzoek toe moet leiden door zowel onderzoekers als iedereen met wie zij samenwerken als belangrijk wordt gezien.



## Tips over het betrekken van de doelgroep

**49.** Blijf tijdens het (onderzoeks)traject dicht bij de 'klant'/ begunstigde/afnemer van het traject. Vraag om input/ feedback over de haalbaarheid en de rol etc.

Hierbij moet je niet doorduwen, maar meesturen. Denk na over de precieze rol van de onderzoeker en ga na wie er in jouw team zit die een bepaalde rol kan vervullen?

**50.** Betrek mensen door middel van mede-eigenaarschap waarbij je meerwaarde creëert voor de gebruiker/doelgroep.

**51.** Werk samen met partijen of personen die iets willen doen met de resultaten van het onderzoek (en er ook iets mee kunnen) zoals de beoogde eindgebruiker.

**52.** Betrek de doelgroep actief bij het onderzoek.

**53.** Betrek jouw doelgroep al bij de keuze van het onderzoeksontwerp en houd ze actief betrokken tot en met 'het einde'. Er is geen echte eindstreep (Programmamanager).



## Tips over samenwerken met andere onderzoekers, praktijkpartners en onderwijs

**54.** Ga vanuit een systeembenadering op zoek naar welke kanttekening van het systeem gewenst is en ga vervolgens met ketenpartners in de praktijk aan de slag om stukje bij beetje dat nieuwe/betere/duurzame/regeneratieve systeem handen en voeten te geven en om dit inclusief mislukkingen met anderen te delen (Lector).

**55.** Start vanuit vraagarticulate met praktijkpartners waardoor je goed kan formuleren wat de praktijkvraag is (en daarmee ook de beoogde impact in de praktijk). Dit kan leiden tot praktijkpartners die de ontwikkelde materialen uit de pilot al willen toepassen ondanks dat ze nog niet af zijn (Programmasecretaris).

**56.** Kijk naar en betrek andere invalshoeken! Denk bijvoorbeeld aan mensen vanuit andere domeinen, expertises, rollen of type organisaties etc. en heb daarbij aandacht voor de 'taal' zodat men elkaar begrijpt.

**57.** Trek samen op en denk niet in termen van "de buitenwereld" en de "binnenwereld".

**58.** Deel resultaten beter/breder door meer met elkaar te praten en lijntjes te leggen tussen verschillende onderzoekers en onderzoeksgroepen.

**59.** Zorg voor een goed netwerk en vertrouwen tussen wetenschappers/onderzoekers en collega's. Heb een open houding voor de benadering van anderen en blijf goed op de hoogte van wat er speelt en wie de experts zijn die nodig zijn voor een thema. Met een goed netwerk kom je al erg ver (Impact developer).

**60.** Ga op zoek naar de win-win tussen de (minder voor de hand liggende) samenwerkende partijen.

**61.** Betrek al in een vroeg stadium veel verschillende praktijkpartners zodat het in de praktijk kan landen.

**62.** Smeed een "coalition of the willing". Dat straalt uit (Lector).

**63.** Organiseer onderzoek multidisciplinair als dat kan en organiseer dat je verrast kunt worden: the unknowns unknown.

**64.** Richt de samenwerking in binnen een regionaal verband.

**65.** Betrek het MKB actief, omdat het MKB geen tijd/tijd/geld/resources heeft voor "impact" (Programmamanager).



**66.** Laat doorwerking van de beroepspraktijk samen gaan met verbinden studenten (onderzoek) bij het project. Dan heb je twee vliegen in één klap! Het werkveld deelt graag kennis en vaardigheden met studenten én bovendien dagen studenten bestaande kaders en belemmeringen uit. Dit doen zij soms vanuit een gebrek aan kennis, maar vaak vanuit creativiteit.  
Kortom: zet de student centraal! Het gaat dan wel om het verkennen van interessante zijstraten met studenten en niet de hoofdweg.

**67.** Organiseer je! Schaal op zodat je stem kan klinken.

## Interview Jeike Wallinga, Lector Energietransities



**Tip:** Ga vanuit een systeembenadering op zoek naar welke kanteling van het systeem gewenst is en ga vervolgens met ketenpartners in de praktijk aan de slag om stukje bij beetje dat nieuwe/betere/duurzame/regeneratieve systeem handen en voeten te geven en om dit inclusief mislukkingen met anderen te delen.

***Hoe kunnen onderzoekers en hun partners starten met een systeembenadering? Waar kunnen zij beginnen als ze met jouw tip aan de slag willen?***

“Wat ik een mooie plek vind om te beginnen, is bij Donella Meadows, Places to Intervene in a system.

(Link: <https://donellameadows.org/archives/leverage-points-places-to-intervene-in-a-system/>).

Dit gaat over het verschil in impact tussen interventies op het niveau van parameters (relatief kleine effecten, nauwelijks hefboomwerking) en een paradigmaverandering (andere manier van kijken).

Je kunt starten met een open gesprek over waar je op deze ladder aan het werk wil. Daar de keuze tussen werken aan symptoombestrijding en een fundamenteel aan de slag met de oorzaken.”



***Volgen jullie een bepaalde aanpak of methode om stap voor stap het systeem te veranderen met ketenpartners in de praktijk of vraagt dit per project om een nieuwe werkwijze?***

“Met de kernlectoren van het lectorenplatform klimaatverandering en systeemtransities hebben we een inspiratiepaper geschreven waarin we precies gezocht hebben naar een antwoord op deze vraag. Dit paper wordt op het SIA-congres (2025) gepresenteerd. Onze gezamenlijke conclusie was dat er een aantal sleutelfactoren zijn die helpen om daadwerkelijk kans te maken op succesvolle systeemverandering via Praktijkgericht Onderzoek.

Deze zijn Probleemeigenaarschap, Gemeenschappelijke waardeoriëntatie, Transdisciplinaire aanpak, Kort cyclisch leerproces, Bereidheid tot verandering.”

***Je geeft aan dat het belangrijk is om mislukkingen met anderen te delen. Hoe doen jullie dat als lectoraat? Is het bijvoorbeeld een onderdeel van een gezamenlijke reflectie met praktijkpartners of delen jullie eventuele mislukkingen ook bewust in artikelen of op congressen bijvoorbeeld?***

“Dat is niet makkelijk inderdaad. Ik kan een voorbeeld geven uit een RAAK-publiek project ESTAB. Daar hebben we veel minder met partners buiten de gemeente gewerkt dan oorspronkelijk het plan was.

De reden daarvoor was, dat de problematiek in de gemeente dieper/anders was dan we tijdens de vraagarticulatie op het vizier hadden. En toen hadden we te weinig ingangen om goed actieonderzoek te doen naar meer aspecten, buiten het gemeentelijk systeem. We hielden dat niet achter, maar als je het alle partners van dat project vraagt, denk ik niet dat ze je dit antwoord op deze manier geven.

We hebben dit onder meer besproken met projectleiders van andere RAAK-publiek projecten en zijn tot de conclusie gekomen dat de oorzaken voor deze andere loop der dingen (‘mislukking’) niet alleen in de energietransitie spelen. Wie weet lukt het ons om daar weer een haakje te vinden om gezamenlijk de volgende stap te zetten - met een volgende poging tot systeemverandering.”



## Impact door te verbinden

Waar sommige impactmakers inzetten op het maken van een plan, geven anderen juist aan dat impact bewust of onbewust tot stand kan komen en ontstaat in de verbinding met een ander. Dit zien we ook terug in de literatuur. Impact is lang niet altijd zichtbaar voor onderzoekers. Deze 'verborgen impact' vormt vaak een groot deel van de toegevoegde waarde van een onderzoeksproject voor de deelnemers, partners of uiteindelijke eindgebruikers van een onderzoeksproject.<sup>7</sup>

Impact vindt dus ook plaats via interacties die niet perse doelbewust gericht zijn op impact of kennisuitwisseling, waaronder allerlei tussenliggende acties van onderzoekers of andere deelnemers tijdens het onderzoeksproject. Deze 'interventies'<sup>8</sup> kunnen zeer krachtig zijn in het creëren van impact, bijvoorbeeld omdat ze leiden tot gedragsverandering of het creëren van netwerken.<sup>9</sup>



## Tips over verbinding

**68.** Zeg "ja" als iemand met je wil praten, ook al weet je nog niet meteen of het nuttig is. Je hebt meer kennis en ervaring dan je denkt en je kunt meer impact op iemand hebben dan je denkt. Bovendien leer je juist nieuwe en onverwachte dingen/associaties van onverwachte mensen (Manager).

**69.** Durf nieuwsgierig te zijn naar mensen en hun perspectieven en leg continu verbindingen.

**70.** Gebruik je netwerk als basis. Via mensen bereik je andere mensen. Als iemand je vraagt om te helpen, bedenk dan wie of wat jij kent die kan helpen.

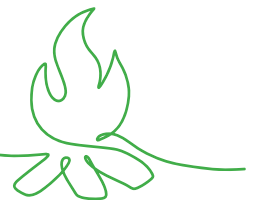
**71.** Neem tijd om je gesprekspartner/duopartner te begrijpen en ga daarna pas aan de gang. Luisteren is veel belangrijker dan praten (Business developer).

**72.** Investeer in ontmoetingen en verbindingen met anderen, maar wees ook duidelijk wat de win-win situatie is voor iedereen.

**73.** Ga de verbinding aan met anderen en sta open voor onverwachte kansen (Adviseur Onderzoek).

7) Coombs, 2025    8) Van Staveren & Schoenmakers, 2025

9) Andriessen et al., 2025



**74.** Durf te vragen en de ander uit te dagen om na te denken (Impact Developer).

**75.** Verdiep je in de interesses, kernzorgen en kernboodschap van een ander.

**76.** Impact is organisch. Je weet nooit wat je “butterfly” moment is. Dus als je de boodschap kent, verspreid hem en: let op je innerlijke dialoog.

**77.** Snap waar de ander zich “bevindt” qua inzicht/probleembewustzijn. Dat is per sector verschillend.

**78.** Wees specifiek in wat je wilt bereiken en wie je daarvoor nodig hebt in welke rol.

**79.** Leer elkaar te verstaan/elkaars taal te spreken.

**80.** Luister naar elkaar: ken je elkaars paradigmatische assumpties? Wat waardeert je in elkaar? Waarin wijkt je af?

**81.** Wees je ervan bewust dat er geen beste en eenduidige impacttip is: of jij impact hebt bepaalt de ander.

## Interview met Paul Jochems, Impact Developer Avans



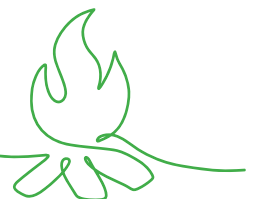
**Tip:** Durf te vragen en de ander uit te dagen om na te denken.

***Je werkt als Impact Developer, wat is impact volgens jou gezien vanuit jouw functie?***

“Voor mij is impact maken het implementeren van oplossingen voor problemen, in brede zin. Dit kan zowel aan de wat “zachtere” kant van het spectrum zitten, zoals bijvoorbeeld SterfTalks waar openhartige gesprekken over de dood worden gefaciliteerd, als aan de wat “hardere” kant van het spectrum, denk aan een concreet product zoals bij Mythic waar isolatieplaten gemaakt zijn van mycelium, een 100% circulair materiaal.”

***Wat bedoel je precies met ‘Durf te vragen’? Wie (of welke groep) moet iets durven vragen aan wie? En wat moeten ze dan bijvoorbeeld durven vragen? Kun je hier een voorbeeld van geven?***

“Met ‘durf te vragen’, doel ik vooral op de toenadering zoeken en het streven naar elkaar begrijpen. Dit werkt idealiter in een wisselwerking zodat er wederzijdse begrip ontstaat en er een win-win kan worden gecreëerd. Wie aan wie iets moet vragen, hangt af van welke rol je vervult.



In mijn rol als Impact Developer zijn onderzoekers een belangrijke gesprekspartner. Zij voorzien Avans en daarmee mij van de kennis waarmee impact kan worden gemaakt. Een voorbeeld van een belangrijke vraag die ik stel aan de onderzoeker "Waarom is jouw specifieke onderzoek belangrijk?"

***Hoe stel je de goede vragen zodat iemand anders aan het denken wordt gezet?***

"Stel open en neutrale vragen

- Wat zou er gebeuren als niemand je onderzoek zou doen?
- Wie raakt je vraagstuk het meeste?
- Hoe ervaren zij het probleem dat je probeert op te lossen?
- Wat zijn alternatieve oplossingen voor het probleem dat je probeert op te lossen?

Luister aandachtig en laat dat merken.

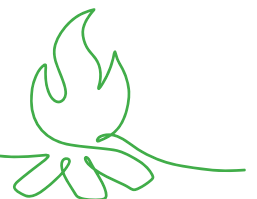
- "Je zegt..."

Makkelijker gezegd dan gedaan maar vraag door.

- "Je noemt [x], wat maakt dat zo belangrijk?"

***Hoe leidt jouw tip tot meer impact? Als mensen aan het denken worden gezet, leidt dat dan ook tot meer impact?***

"Door de verbinding op te zoeken en de noodzaak van het onderzoek dieper uit te pluizen, zal er een passende oplossing ontstaan. Hiermee wordt de kans voor daadwerkelijk gebruik van onderzoeksresultaten significant verhoogd. Denken is een goede eerste stap. Persoonlijk ervaar ik impact als daadwerkelijke daden."



## Impact door te reflecteren

Veel tipgevers geven aan dat impact ontstaat door goed af te stemmen met de context, de mensen en door een bepaalde gevoeligheid te ontwikkelen voor impact gedurende het proces.

Brouns et al. (2023)<sup>10</sup> noemen dit 'Kairos'. Deze Kairos kan een kwestie van geluk zijn, maar ook iets waarin je vaardig kunt worden doordat je het kunt leren herkennen en erop kunt leren anticiperen.



## Tips over reflectie

**82.** Reflecteer en voer het gesprek over de voortgang en de bevindingen. Deels kan dit via formele commissies of klankbordgroepen en deels informeel op locatie of in werkgroepen. Dit is een doorlopend proces zonder duidelijk begin of eindpunt. Het doel hiervan is om het probleem op te lossen en/of antwoord te vinden op de vraag (Programmamanager).

**83.** Wees sensitief voor wat er werkelijk nodig is. Heb de durf om dat te volgen en 'praat' ondertussen hardop zodat anderen het ook kunnen gaan zien (Lector).

**84.** Breek uit de drukte van de dag en neem bewust de tijd om te reflecteren op hoe je bij wilt en kunt dragen aan impact. Het is nog beter om dit samen te doen en expliciet te maken wat verschillende partners beogen (Projectleider).

**85.** Investeer tijd aan de voorkant van een project over waar je aan wilt werken, waaraan niet en waar je aan wilt bijdragen met elkaar en blijf daarover in gesprek tijdens het project.

**86.** Begin bij de vraag: waaraan wil je iets bijdragen? Welke maatschappelijke vraag is er? Als je met je onderzoek antwoorden kunt geven op die vraag maak je impact.



**87.** Regel reflectiemomenten.

**88.** Zoek antwoord op de vraag: waar ben ik goed in? En ga dit doen.

### **Tips over monitoren van onderzoek**

**89.** Monitor het onderzoek objectief om de impact te volgen.

**90.** Houd voor ogen dat het wel of niet maken van impact niets of niet vaak(!) iets zegt over de kwaliteit van je onderzoek. Impact en kwaliteit van onderzoek moeten beide in de gaten gehouden worden.

**91.** Start de aanvraag vanuit impact, formuleer impact concreet en monitor de beoogde impact. Blijf realistisch.

### **Tips over intrinsieke motivatie**

**92.** Start vanuit intrinsieke motivatie om impact te maken waardoor je er vervolgens op kunt vertrouwen dat het gaat lukken (Docent onderzoeker). In die meerstemmigheid blijven staan, dat meer accepteren en daarop vertrouwen.

**93.** Geef erom (Lector).

**94.** Denk lateraal, intuïtief en open-minded en onderbouw dat met feiten.

**95.** Zet je onderzoek op vanuit de intrinsieke wens iets te veranderen of in beweging te zetten. Nieuwsgierigheid alleen is niet genoeg.

**96.** Accepteer de veelheid aan stromingen en theorieën en blijf trouw aan je intrinsieke motivatie.

**97.** Articuleer je intrinsieke motivatie en leidt je leven vanuit de drive om een verschil te maken: dus ook in je werk als praktijkgerichte onderzoeker. SIA kan hier een rol in pakken.

### **Tips over leren**

**98.** Communiceer voor, tijdens en na onderzoek over de verwachtingen, doelen, moeilijkheden, resultaten en evaluatie. Altijd transparant en eerlijk. Zo kunnen anderen en jijzelf leren (Communicatieadviseur).

**99.** Vraag iemand anders hoe hij/zij impact maakt/heeft gemaakt (noem het intervisie, noem het peer-review, noem het koffie drinken). Kies bij voorkeur een relatieve onbekende en maak expliciet wat je daarmee kan leren of wat voor jou bruikbaar is.

**100.** Laat je inspireren door anderen en leer van anderen hoe het te doen.



## Interview Jeroen van Houwelingen, programmamanager NWO

**Tip:** Breek uit de drukte van de dag en neem bewust de tijd om te reflecteren op hoe je bij wilt en kunt dragen aan impact. Het is nog beter om dit samen te doen en expliciet te maken wat verschillende partners beogen.



**Op welke groep impactmakers richt jouw tip zich het meest? Zijn dit met name onderzoekers? Of is dit iedereen die deel uit maakt van een onderzoeksproject?**

“Eigenlijk is dit voor iedereen nuttig, maar vooral voor de trekker van een project zijn hier kansen. Om dit zelf te doen én om er ruimte voor te maken bij de rest van de teamleden.”

**Zou je dit soort reflectiemomenten moeten organiseren in onderzoeksprojecten? En zo ja, op welke manier kun je deze reflectie momenten goed adresseren?**

“Als je in een project samenwerkt met kennisgebruikers zijn bijeenkomsten een uitgelezen plek om dit samen te doen. Hier kun je ook écht tijd voor reserveren op een dag.

De neiging is misschien om dat aan het eind van een dag te doen, maar doe het juist aan het begin! Dan kun je ook alles wat die dag nog besproken wordt bezien vanuit de impactbril, én weet je zeker dat je het niet aan het eind afraffelt of uitstelt omdat je uit de tijd bent gelopen.”

**Reflecteer je zelf ook weleens op jouw rol bij het bijdragen aan impact en wat brengt deze reflectie jou dan? Kun je een specifiek voorbeeld noemen?**

“Goede vraag, en eigenlijk veel te weinig!”



# Reflectie

**Door Daan Andriessen, lector Onderzoekend Vermogen  
Hogeschool Utrecht**

Als je, zoals de 100 impactmakers van wie deze impacttips afkomstig zijn, dagelijks bezig bent met praktijkgericht onderzoek in het hbo, dan zie je vaak niet meer hoe bijzonder het is wat we op het gebied van onderzoek in het hbo de afgelopen 25 jaar hebben neergezet. We begonnen met niets, en nu zijn er meer dan 700 lectoren en 4.000 onderzoekers dagelijks bezig met het aanpakken van allerlei maatschappelijke problemen. Wat ik daarin vooral bijzonder vind, is dat ze dat allemaal doen met een enorme gedrevenheid om bij te dragen aan de samenleving; om impact te maken. En dat intensieve samenwerking met de praktijk daarbij vanzelfsprekend is.

Tegelijkertijd zijn er weinig woorden zo controversieel in het hbo als impact. De één omarmt het en de ander gruwelt ervan. Daarbij wordt vaak het verband gelegd tussen het impact-denken en de behoefte om de effecten van onderzoek te modeleren en meetbaar te maken. Van Vliet<sup>11</sup> spreekt in dit verband van een Standaard Logische Model dat loopt van input naar activiteiten naar output, outcome en impact. Vooral deze wijze van denken ontvangt veel kritiek. Van Vliet noemt het een molensteen, Niessen<sup>12</sup> vindt dat het moet worden aangevuld met een binnenkant-perspectief dat laat zien dat er altijd sprake is van impact als mensen in onderzoek elkaar ontmoeten.

Coombs<sup>13</sup> pleit voor een iteratieve, niet-lineaire benadering voor het in kaart brengen van impact.

Deze diversiteit aan zienswijzen weerspiegelt zich ook in de 100 impacttips. Ik wil de diversiteit illustreren aan de hand van vijf metaforen voor impact die ik in de 100 tips meen te herkennen. Als het om abstracte concepten gaat neemt de mens zijn toevlucht tot metaforen om aan deze concepten betekenis te geven.<sup>14</sup>

Conceptuele taal is ten diepste metaforisch. We kunnen dit benutten door deze verborgen metaforen te expliciteren en hun voor- en nadelen te laten zien. Iedere metafoor belicht bepaalde aspecten van de werkelijkheid en verhult anderen. Zo is het ook met metaforen voor impact. Ik kom tot de volgende vijf metaforen.

## ***Impact als georganiseerde reis***

De 28 tips uit het eerste hoofdstuk "Impact door te plannen" benadrukken het belang om bewust en planmatig met impact bezig te zijn, zoals ook bij een georganiseerde reis van tevoren het doel en de manier om daar te komen is bepaald. Een belangrijke boodschap is dat het goed is bewust na te denken over activiteiten die tijdens het onderzoek kunnen worden ondernomen om impact te vergroten.

Hier zit ook de kracht van het Standaard Logische Model en daaraan verwante aanpakken zoals het maken van een Theory of Change of een Impact Plan. Impact maken wordt

---

11) Van Vliet, 2022    12) Niessen, 2025

13) Coombs, 2025    14) Lakoff & Johnson, 1999

hierdoor top-of-mind en het inspireert om niet alleen te denken over dataverzameling en -analyse maar ook over activiteiten gericht op impact maken. Net als bij een georganiseerde reis is dit vooral aantrekkelijk voor actoren die behoefte hebben aan voorspelbaarheid en controle, zoals veel subsidieverstrekkers.

Wat deze metafoor echter verhuult, is dat veel impact het gevolg is van toeval of van slim inspelen op veranderende omstandigheden.<sup>15</sup> Dat vaak helemaal niet van tevoren te plannen of te voorspellen is wat de impact zal zijn. Dat de reis altijd anders loopt dan gedacht en het doel van de reis niet de eindbestemming is maar wat er onderweg allemaal gebeurt. Eerder een expeditie dan een geplande reis.

### ***Impact als kanonskogel***

Deze metafoor sluit aan bij de oorsprong van het woord impact. Dat woord komt volgens Niessen van het Latijnse woord impingere, wat 'stoten tegen' of 'inslaan op' betekent.<sup>16</sup> De 14 tips uit het tweede hoofdstuk "Impact door kennis te delen" gaan er vanuit dat impact ontstaat door kennis die vanuit het onderzoek in de praktijk terecht komt. De kanonskogel heeft daarbij de vorm van een kennisproduct.

Wat deze metafoor laat zien is dat er voor impact meer nodig is dan een wetenschappelijke publicatie. Het helpt wanneer onderzoekers concrete hulpmiddelen maken waarmee de praktijk aan de slag kan.

Daarbij is het belangrijk deze kennisproducten te ontwerpen in nauwe samenwerking met betrokkenen uit de praktijk.<sup>17</sup>

Wat deze metafoor verhuult, is dat er niet zoiets bestaat als kennis "overdragen". Het is een illusie dat kennis door de onderzoeker in een doosje kan worden gestopt en door de gebruiker weer kan worden uitgepakt en dan in exact dezelfde vorm bij de gebruiker in het hoofd terecht komt.<sup>18</sup> Dit transactiedenken over kennis is in onderwijs dominant maar wordt niet empirisch ondersteund.<sup>19</sup> Dat is ook de voornaamste kritiek van Kok en Schuit tegen het woord impact: "Research does not function as a cannon that shoots knowledge into the world of action, where the targeting and force of the knowledge determines its 'impact'.<sup>20</sup> "

### ***Impact als geoliede machine***

De 20 impacttips in het hoofdstuk "Impact door samen te werken" benadrukken dat impact het resultaat is van mensen die zich organiseren omdat ze samen iets willen. Impact maken doet de onderzoeker nooit alleen. Het is altijd het resultaat van een gezamenlijk proces dat start vanuit een gezamenlijke motivatie en visie. Daarbij gaat het mis als onderzoekers te afstandelijk zijn van de praktijk, zich superieur wanen, praktijkprofessionals niet serieus nemen of onbetrouwbaar handelen. Je moet elkaar een beetje aardig vinden om impact te maken.

Wat deze metafoor verhuult, is dat er in onderzoekprocessen ook sprake is van belangen, van macht, van spanningen en van tijdsdruk om dingen voor elkaar te brengen. Leuk samen co-creëren is vaak heel gezellig, maar zonder veranderingen in beleid, financiering, en dwang zijn oplossingen zelden duurzaam.

---

15) Brouns, 2023 16) Niessen, 2025 17) Van Turnhout et al., 2026

18) Van Turnhout et al., 2026 19) Bereiter, 2002 20) Kok en Schuit, 2012

### ***Impact als liefde***

De 15 impact tips in het hoofdstuk “Impact door te verbinden” benadrukken de onzichtbare invloed die onderzoek kan hebben op de praktijk. Net als bij liefde is vaak niet duidelijk dat onderzoek doorwerking heeft en hoe dat precies plaatsvindt. Daarom is het van belang zoveel mogelijk connecties te maken en iedere kans om verbindingen met de praktijk te leggen te benutten. De meeste impact is onzichtbaar. Probeer zoveel mogelijk mensen in te raken met de onderzoeksresultaten.

Wat deze manier van denken verhult, is dat impact niet altijd positief is. Onderzoek kan ook negatieve effecten hebben. Het kan de status quo bevestigen en gemarginaliseerde groepen hun stem ontnemen. Het kan voordelen opleveren voor de opdrachtgever maar negatieve consequenties hebben voor andere belanghebbenden. Impact maken is in de kern een normatieve, waarden-geladen activiteit die een grote verantwoordelijkheid met zich mee brengt voor onderzoekers.

### ***Impact als oogsten***

De laatste metafoor sluit aan bij de impact tips uit het hoofdstuk “Impact door reflecteren en leren”. Impact maken kan worden bevorderd door regelmatig te oogsten uit eigen en gezamenlijke ervaringen. Het is goed om regelmatig stil te staan bij wat we kunnen leren van het onderzoek dat we doen. Daar ligt veel laaghangend fruit.

Wat deze metafoor verhult, is dat onderzoekers hierbij vaak in een luxepositie zitten. Wij kunnen tijd inbouwen in onze projecten voor bezinning, voor reflectie en voor gezamenlijk leren.

Praktijkprofessionals hebben die luxe meestal niet. Zij hebben simpelweg geen tijd voor reflectie, voor even afstand nemen, voor stilstaan bij wat ze van hun handelen zouden kunnen leren. Vaak vragen wij als onderzoekers heel veel van de praktijk, zoals tijd om in onderzoek te participeren, kennisproducten te co-creëren of deel te nemen in een community of practice. Niet alleen hebben ze die tijd niet, het is ook vaak onduidelijk wat het hen zelf oplevert. What is in it for them?

### ***Slot***

100 tips, vijf metaforen. Vele visies op impact die aspecten doen oplichten en andere aspecten verhullen. Voor een rijk beeld van impact hebben we al deze zienswijzen nodig. En moeten we weten waar iedere wijze van kijken in tekort schiet. Er is niet één beste kijk op impact, er zijn vele gebrekkige kijken op impact. En daar moeten we het mee doen.

# Verantwoording

Deze tips zijn tot stand gekomen in twee bijeenkomsten over impact met het idee om de aanwezigen uit te dagen na te denken over wat in hun ogen de essentie is van het begrip impact en hoe dit niet alleen voor henzelf maar ook voor anderen kan (door)werken.

De bijeenkomsten zijn voorbereid door Pim Klamer en Hanneke Jansen vanuit Regieorgaan SIA en door Daan Andriessen en Wilke van Beest vanuit het lectoraat Onderzoekend Vermogen van Hogeschool Utrecht.

Wilke van Beest en Marieke Zielhuis (beide onderzoekers uit hetzelfde lectoraat) hebben de tips vervolgens gecategoriseerd op thema, geredigeerd en voorzien van een korte introductie.

De tips zijn alle gegeven door aanwezigen bij de bijeenkomsten. Via deze weg willen we alle tipgevers hartelijk bedanken voor hun bijdrage aan dit boekje!

De tips zijn handgeschreven ingeleverd en geschreven in een kort tijdsbestek. We hebben ervoor gekozen om lopende zinnen te maken van de tips. Ook hebben we ervoor gekozen om geen afkortingen te gebruiken en om specifieke methodes niet te vermelden, maar om in een lopende zin de methode zelf te beschrijven.

Voor specifieke methodes verwijzen wij naar de websites:

> *Cirkelen Rond Je Onderzoek* | Hogeschool Utrecht

> *Doorwerking HBO onderzoek* | *Ondersteuning bij het verbeteren van de doorwerking van onderzoek aan hogescholen.*

De tips delen we openbaar als inspiratiebron voor (praktijkgerichte) onderzoekers, beleidsmakers en partners van hogescholen.

## Bronnen

Andriessen, D., Jonge, E. De, Kuiper, C., & Van Staveren, A. (2025). Vier rollen van de professional doctorate. *TH&MA-Tijdschrift Voor Hoger Onderwijs & Management*, 2, 57–63.

Bereiter, C. (2002). *Education and mind in the knowledge age*. Lawrence Erlbaum.

Bours, S. A. M. J. V., Wanzenböck, I., & Frenken, K. (2022). Small wins for grand challenges. A bottom-up governance approach to regional innovation policy. *European Planning Studies*, 30(11), 2245–2272. <https://doi.org/10.1080/09654313.2021.1980502>

Brouns, M., Hessels, L. K., Klaassen, S., Van Tooren, M., & Wenneker, M. (2023). *De kunst van het verbinden*. Regieorgaan SIA.

Coombs, S. K. (2025). Visible: discovering the impact of research conducted by universities of applied sciences. <https://hdl.handle.net/1887/4195763>

Coombs, S. K., Meister-broekema, P., & Meijer, I. (2025). Using contribution mapping to evaluate the research impact of Universities of Applied Sciences. 34(1), 1–13.

Ganzevles, M., Andriessen, D., & Regenmortel, T. Van. (2021). When Methods Meet Motives : methodological pluralism in Social Work research. *Quality & Quantity*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01161-3>

Kok, M. O., & Schuit, A. J. A. J. (2012). Contribution mapping: a method for mapping the contribution of research to enhance its impact. *Health Research Policy and Systems*, 10(1), 21.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the flesh*. Basic Books.

Niessen, T. (2025). *Impact als respons-abiliteit*. Fontys.

Pedersen, D. B., Grønvad, J. F., & Hvidtfeldt, R. (2020). Methods for mapping the impact of social sciences and humanities—A literature review. *Research Evaluation*, 29(1), 4–21. <https://doi.org/10.1093/reseval/rvz033>

Smit, J. P., & Hessels, L. K. (2021). The production of scientific and societal value in research evaluation: a review of societal impact assessment methods. *Research Evaluation*, 30(3), 323–335. <https://doi.org/10.1093/reseval/rvab002>

Springer-Heinze, A., Hartwich, F., Simon Henderson, J., Horton, D., & Minde, I. (2003). Impact pathway analysis: An approach to strengthening the impact orientation of agricultural research. *Agricultural Systems*, 78(2), 267–285.

Van Beest, W. (2023). *Met praktijkgericht onderzoek naar de implementaties van innovaties*. Universiteit Utrecht.

Van Staveren, A., & Schoenmakers, L. (2025). *Interventies*. Uitgeverij Van Gorcum.

Van Turnhout, K., Andriessen, D., Smeenk, W., & Losse, M. (2026). *Kennisproducten uit praktijkgericht onderzoek*. Boom.

Van Vliet, H. (2022). *De Voorbeschouwing*. Hogeschool van Amsterdam.

# **100 tips om tot impact te komen**



*Deze publicatie kwam tot stand in  
samenwerking met het Regieorgaan SIA.*