

# Felelős Gasztrahős



## 1

# Mi is az Impact Academy?

## Röviden az Impact Academy programról

Az Impact Academy (IA) egy féléves program, amely **interaktív képzésből, közösségi eseményekből és társadalmi hatásmérésre inspiráló multimédia platform létrehozásából áll.**

A képzés során a résztvevők nem csak a hatásmérés elméletével, és stratégiai részével ismerkednek meg, hanem mentorálás és testreszabott eszközök segítségével támogatást kapnak a saját mérési rendszerük kialakítására és gyakorlati bevezetésére.

A programban résztvevők – kreatív partnerek bevonásával – a hatásméréshez kapcsolódó kommunikációs anyagok elkészítésére is lehetőséget kaptak. A program különböző pontjain pro-bono partnerek kapcsolódtak a szervezetekhez, akik szaktudásukkal egy-egy konkrét feladatban segítettek, pl: kérdőív és profi excel-dashboard készítése, GDPR tanácsadás.



**2**  
közösségi  
esemény



**5**  
mentor



**7**  
tematikus  
workshop



**10**  
részvevő  
szervezet



**12**  
stratégiai  
partner



**300**  
óra egyéni  
mentorálás

# Az Impact Academy első évfolyama

2019 novemberében indult el Magyarországon,  
10 szervezettel

21. Századi Pedagógiáért Alapítvány

Felelős Gasztrohős Alapítvány

Mindenegyüttmegy Egyesület

NANE

Igazgyöngy Alapítvány

Impact Hub Budapest

Strázsatanya Szociális Szövetkezet

Technológiai Oktatásért Alapítvány

Magikme / Nestingplay

IttaSzezon!

# Az Impact Academy megálmodóinak motivációi

Míg a társadalmi szervezetek bevételeit pontosan meg tudjuk mondani, addig **a szervezetek munkájának társadalmi hatását**, azaz az általuk előállított „hasznot”, a velük kapcsolatba került emberek hétköznapi életében bekövetkezett változást **sokkal nehezebb pontos számokkal alátámasztani.**

„Sok minden adott ahhoz ma Magyarországon, hogy létrejöjjön egy-egy sikeres társadalmi célú befektetés, egy dolog azonban biztosan hiányzik hozzá: **széles körben ismertté és használttá kell válnia azoknak a módszereknek, amelyekkel a szereplők mérni tudják az emberek életében elért változásokat.**

Hosszú távon azonban kulcsfontosságú, hogy a civil szervezetek legitimálják működésüket, bizonyítsák annak létjogosultságát, támogatókat szerezzenek és az **eredményeiket** a támogatók megszerzése érdekében **jól kommunikálják.** Ennek eszköze a társadalmi hatásmérés.”

# IMPACT

# Academy

# Módszertan

A **hét modulból álló** Impact Academy programnak alapvetően három fő része volt az első évfolyam számára: a szervezetek elsőként elkészítették a hatásláncukat, majd a mérési tervüket, végül pedig egy infografikát

terveztek, aminek segítségével vizuálisan is bemutatathatják szervezetük hatását. Esettanulmányunk e **három fő elem** mentén halad, ezért fontosnak tartjuk itt az Impact Academy folyamatának rövid kifejtését.



## HATÁSLÁNC

A program elején a hatásmérés alapjaival ismerkedtek meg a résztvevők, úgy mint a hatásmérés definíciója, főbb szakmai háttéranyagok és változáselméleti modellek. Ezután minden szervezet nekilátott, hogy a **Theory of Change** módszer alapján elkészítse saját hatásláncát. Közel két hónapos, mentori segítséggel megtámogatott folyamat végére minden szervezetnek összeállt a hatáslánca.



## MÉRÉSI TERV

A mérési terv készítéséről, indikátorokról, adatgyűjtési módszerekről szóló elméleti képzéssel párhuzamosan a szervezetek egy közel **négy hónapos fejlesztési folyamat**ba kezdtek, melynek eredményeképpen az Impact Academy végére megszülettek a hatásmérési tervek.

### A mérési terv kialakításának fő lépései voltak:

- a fő célcsoport(ok) és ezek legfontosabb fejlődési területeinek megnevezése;
- ezek konkrét, mérhető indikátorokra (KPI-okra) bontása;
- a KPI-ok hozzákapcsolása a középtávú hatásokhoz (outcome);
- személyre-szabott, adatgyűjtésre használható eszközök megalkotása;
- a mérés konkrétumainak rögzítése a mérési tervben, a terv véglegesítése.



## INFOGRAFIKA

A programban résztvevők bővítették elméleti tudásukat a kommunikációs stratégia, ügyfélkarakter (persona), storytelling, briefing és infografika témakörében is. A gyakorlatban pedig a program végére minden szervezetnek elkészült saját infografikája, mely **a hatáslánc és mérési terv vizuális narratívájaként** hatékonyan és látványosan mutatja be a szervezetek munkáját.



## +1 CSELEKVÉSI TERV

A program zárómodulján minden szervezet elkészítette a jövőre vonatkozó cselekvési tervét: olyan kérdésekre válaszoltak, mint „Hogyan tovább a program után a következő egy évben?“, „Mik azok a nagyon konkrét lépések, amelyeket meg kell tenni, hogy a hatásmérés beinduljon és folyamatossá, természetessé váljon a szervezetben?“.

## 2

## Szervezet bemutatása

## A Felelős Gasztrohős &amp; az Impact Academy képzés

A **Felelős Gasztrohős** csapata az Impact Academy elkötelezett résztvevőjévé vált a program kezdetétől fogva. Folyamatosan, legalább három ember közvetlenül is bekapcsolódott a programba, ezzel biztosítva az alapítvány tagjainak bevonódását a hatásmérési rendszer kialakításának folyamatába. Az is egyértelművé vált számukra, hogy kell egy konkrét személy a szervezetből, aki a program felelőse, hogy az ahhoz kapcsolódó információk, feladatok ne vesszenek el.

Már rögtön az első alkalommal **fontos kapcsolódás alakult ki az Gasztrohősök és** egy másik Impact Academy résztvevő, **az IttaSzezon! között.** Míg a Felelős Gasztrohős a fenntartható és egészséges étkezés támogatását, addig az IttaSzezon! a fenntartható kistermelői életforma kialakítását tűzte ki célul. Rögtön az első alkalommal **közös ábrát** is készítettek, melyben a fenntartható táplálkozás és a fenntartható kistermelői lét összefüggéseit keresték. A két szervezet képviselői hamar megéreztek, hogy nagyon gyümölcsöző kapcsolódás van születőben – az Impact Academy alatt sokat dolgoztak együtt és folyamatosan, kölcsönösen segítették egymást.

<b>Szervezet neve</b>	Felelős Gasztrohős Alapítvány
<b>Weblap</b>	https://gasztrohos.hu
<b>Központ</b>	Budapest
<b>Alapítás éve</b>	2012
<b>Vezetőség</b>	Varga Judit, igazgató
<b>Munkatársak száma</b>	munkatárs (1 fő teljes, 3 fő részmunkaidőben); kb 40 aktív önkéntes
<b>Szervezet ügyfeleinek száma</b>	Vendéglátóhelyek tulajdonosai és üzemeltetői: Magyarország szerte 17000 fő, 53 étterem és kávézó, ebből kettő menza (céges és magániskolai). Környezetbarát termék forgalmazó cégek, hazai termelők (néhány száz). Szemléletformálás (kb 1,5 millió fő), 2019-ben kb. 15 céges kapcsolódás is volt, ahol a szemléletformáló programok valamelyikét tartották.
<b>Célcsoportok</b>	24-59 közötti nők és férfiak, akiknek fontos az egészséges és környezetbarát életmód (LOHAS = Lifestyle Of Health and Sustainability); vendéglátóhelyek tulajdonosai és üzemeltetői; környezetbarát termékek gyártói és forgalmazói; hazai termelők.
<b>Pénzügyi beszámoló</b>	Éves nettó árbevétel 2018-ban (támogatásokkal együtt): 13 138 000 HUF
<b>Fő támogatók</b>	MagNet Bank, Innovációs és Technológiai Minisztérium, Földművelésügyi Minisztérium, EOn – főként pályázatokon keresztül.
<b>Társadalmi probléma</b>	A fenntartható étkezés elterjesztése. Ez nem azonos az egészségtrendek követésével, hanem az étkezés és az ahhoz kapcsolódó folyamatok környezeti hatásáról tájékoztat.
<b>Tevékenység</b>	A Felelős Gasztrohős Alapítvány a fenntartható étkezés támogatása érdekében létrehozta a <b>fenntartható vendéglátóhely</b> , illetve <b>kávézó</b> minősítést, melyet azok a magyar éttermek és kávézók kaphatnak meg, akik a Gasztrohősök által kidolgozott <b>minősítési kritériumoknak</b> megfelelnek. Emellett szemléletformáló eseményeket és kampányokat, játékokat és csapatépítő programokat szerveznek a gyerekek (óvodások- iskolások) és felnőttek számára.
<b>Küldetés / hosszú távú cél</b>	Az alapítvány küldetése a fenntartható és egészséges étkezés támogatása. Vallják, hogy környezetbarát gasztronómiai megoldásokkal zöldebbé és egészségesebbé tehetjük étkezéseinket, ezáltal jót teszünk magunkkal és környezetünkkel is. Jelmondatuk, hogy <b>mindenki lehet hős, és falatonként képesek vagyunk megváltoztatni a világot!</b> Hosszútávú céljuk, hogy a társadalomban megjelenjen az igény a felelős táplálkozásra, a szolgáltatói szektorban pedig az a tudás, amellyel ezeknek az igényeknek meg tud felelni.
<b>Miért jelentkezték az Impact Academy képzésre?</b>	„Szerettük volna jobban megismerni és rendezni a saját folyamatainkat, mivel az utóbbi időben sok új dolgot kezdtünk el.”
<b>Elvárás az Impact Academy Program elején</b>	„Komplett mérési rendszert vártunk a program végére, melyet szakértőkkel készítünk el. A többi szervezetre is nagyon kíváncsiak voltunk.”





A program elején a hatásmérés alapjaival ismerkedtek meg a résztvevők: a hatásmérés definícióján, főbb szakmai háttéranyagain és változáselméleti modelleken túl (mint pl. a Változáslétra, Logikai modell, **Theory of Change**), olyan fontos kérdésekkel foglalkoztak, mint, hogy „*Mi a motiváció a mérésre, mi a mérés fókusza?*” „*Mit nem akartok mérni?*” „*Melyek a tevékenységek nem tervezett negatív hatásai?*”.

Az **érintettek (stakeholderek) azonosítása** szintén kulcsfontosságú feladat volt a program elején. Fontos tudatosítani ugyanis, hogy kik azok az érintettek, akikkel kapcsolatban van a szervezet, akiket be tudnak és akarnak vonni a hatásmérésbe. A **Felelős Gasztrohősök** elsődleges érintettje maga a **lakosság**, ezen belül hat nagyobb csoportot neveztek meg, melyek: a vendéglátóipar; a környezetvédelmi szervezetek; az élelmiszeripari termékek közvetlen árusítói; a család, barátok, kollégák; a média és a szakértők.

A **teljes stakeholder elemzést** ebben az összefoglaló ábrában mutatják be:



Az elsődleges érintettekkel kapcsolatban azt is fontos volt látni, hol vannak ők jelenleg a világban: *Vannak-e valamilyen demográfiai jellemzőik?, Miben különböznek leginkább az „átlag” embertől?, Milyen jövőt kívánunk nekik?, Hol vannak az életútjuk során a kritikus pontok?.* Ezt nevezik az **elsődleges érintett életút** kidolgozásának.

A **Felelős Gasztrohős** esetében a **legfőbb célcsoportot a 25-45 év közötti, elkölthető keresettel** (disposable income) **rendelkező, jellemzően városi nők** jelentik. Az ő életükben a gyermekvállalás, egy betegség, vagy egy alapvető életmódváltás hozhat olyan fordulóponthoz, mely miatt egészségesebb, környezetbarát életmódra váltanak. Azonban jó néhány fontos lépést tesznek meg amíg az változtatásra való igény megfogalmazásától eljutnak addig, hogy tudatosan étkeznek, sőt már a környezetükre is hatnak ezzel.





## HATÁSLÁNC

A **Gasztrohősök célcsoportjának életútját** mutatja be ez az ábra.



A célcsoport feltérképezése után a Gasztrohősök is nekiláttak, hogy elkészítsék saját hatásláncukat. A hatásláncban, vagy más néven változáslétron össze- gyűjtötték azokat a hosszú-, közép- és rövidtávú változásokat, amelyek egy fenntarthatóan táplálkozó társadalom működéséhez szükségesek. A változáslétra tetején a fő cél áll: a fenntarthatóan táplálkozó társadalom, a létra alján pedig a fő célcsoporttagok: a fenntarthatóan táplálkozni akaró vásárlók.

**Mi kell ahhoz, hogy a fenntarthatóan táplálkozni akaró vásárlókból egy fenntarthatóan táplálkozó társadalom váljon? A Gasztrohősök változáslétraja ezt foglalja össze. A fő cél eléréséhez öt középtávú változást fogalmaz meg:**

- Kritikus tömeg fenntarthatóan táplálkozik,
- Vannak fenntartható élelmiszer forgalmazók,
- Rendelkezésre áll az ellátólánc, mellyel a vásárlók hozzáférnek a fenntartható élelmiszerhez,
- Fenntartható közétkeztetés,
- A jogszabályi környezet támogatja a fenntartható étkezést.

A **változáslétra** azt is szemléletesen bemutatja, hogy a teljes változási folyamatban hol helyezkedik el a Felelős Gasztrohős Alapítvány és milyen úton járul hozzá a fő cél eléréséhez.

A logikai modell lineáris felépítésétől eltérően a változáslétra alkalmas arra, hogy az egyes középtávú változásokhoz akár több rövidtávú változást kapcsoljunk, valamint arra is, hogy egy rövidtávú változást több középtávú hatáshoz kapcsoljunk. Nézzünk erre egy **példát** a Gasztrohősök változáslétrájából: az, hogy van egy fenntartható termelői rendszer, nemcsak annak feltétele, hogy fenntarthatóvá váljon a közétkeztetés, de annak is, hogy jogszabályi úton erősen preferálttá lehessen tenni a fenntartható étkezést.

### ① Kihívás

„Nehéz volt leszálazni a szerteágazó folyamatokat, látni a nagy képet és benne a mi helyünket.”

### ② Válasz

A közös gondolkodás, közös munka csapaton belül és a mentorról együtt is nagyban hozzájárult a válaszok megtalálásához.

„Nagyon sokat segített, hogy sokat gondolkodtunk közösen, strukturáltuk azt, amink volt.”

### ③ Eredmény, fő tanulságok

A fő tanulság az, hogy a komplexitás miatt nehéz a mélyére menni a dolgoknak, ezért erre sok időt kell szánni.

„Szerintem egész jól összeállt a lánc, nekünk sokat segített a folyamataink áttekintésében.”





## MÉRÉSI TERV

A változáslétra elkészítése után a program fókuszába a **hatásmérési terv** került: az elméleti képzéssel egyidőben elkezdődött a **mérési terv gyakorlati összeállítása** is. A végleges mérési terv a körülbelül négy hónapos fejlesztési folyamat eredményeképpen készült el.

A változáslétra elemei közül elsőként kiválasztották azokat a **kulcsterületeket, ahol a Gasztrohősök hatást szeretnének elérni**, és amelyeket a hatásmérési tervben mindenképp szerepeltetni kell.

### A Gasztrohősök kulcsterületei:

#### Felnőtt:

- Motivált a fenntartható táplálkozásra,
- Élelmiszerekkel kapcsolatos környezetvédelmi tudással rendelkezik,
- Hozzáfér fenntartható élelmiszerekhez,
- Szociális kapcsolódások támogatják a változást.

#### Étteremtulajdonos:

- Pénzügyi biztonság létrejön.

#### Éttermi séf:

- Motivált a környezetvédelmi

tudáshoz köthető szakmai fejlődésre,

- Környezetvédelmi tudás,
- Hozzáférés, fenntartható élelmiszerek elérhetősége,
- Szociális kapcsolódások.

#### Diák:

- Motivált a fenntartható táplálkozásra,
- Élelmiszerekkel kapcsolatos környezetvédelmi tudással rendelkezik,
- Hozzáfér fenntartható élelmiszerekhez,
- Szociális kapcsolódások támogatják a változást.

Fontos volt az is, hogy a **kulcsterületeket a változáslétrában megfogalmazott változásokhoz kapcsolták** (ezt jelzik a **mérési tervben** a zárójelbe írt számok).

A következő lépés a **kulcsterületek konkrét, mérhető indikátorokra (KPI-okra) bontása** volt. Ezek után a mérési tervben rögzítették a mérés konkrétumait is, úgy, mint az adatforrásokat (kitől, honnan származnak az adatok, primer és szekunder adatforrások) és a mérés gyakoriságát (heti, havi, negyedéves, éves) és ütemezését (mikor történik a mérés).

### ① Kihívás

Az indikátorok (KPI-ok) pontos megfogalmazása.

### ② Válasz

A csapat mentorával való sok beszélgetés, valamint háttéranyagok olvasása, elsajátítása.

### ③ Eredmény, fő tanulságok

*„A hatásmérési terv elkészült! A célunk azonban az attitűdváltás, ezért továbbra is vannak homályos területek, mert bizonyos dolgokat nehezen tudunk számszerűsített formában elképzelni.”*

## KÉRDŐÍV KÉSZÍTÉSE

A mérési tervhez kapcsolódó adatgyűjtési módszer minden szervezetnél eltérő, a Felelős Gasztrohős az indikátortól és a célcsoporttól függően több eszközt is használ a hatásmérése során: **kérdőív, mélyinterjú, fókuszcsoport, sajtófigyelés.**



### ① Kihívás

Konkrét példa hiánya.

*„Szívesen láttunk volna már meglévő, témába vágó, civil kérdőívet vagy interjú vázlatot.”*

### ② Válasz

*„Mivel nem találtunk korábbi, hasonló kérdőíveket, ezért kitaláltuk a magunk verzióját a mentorunk hathatós segítségével.”*

### ③ Eredmény, fő tanulságok

A hatásméréshez szükséges eszközök elkészítése időigényes munka, bár a program végére elkészült néhány eszköz, a program után további kérdőívek készítésére volt szükség.

*„Sokkal több időt igényel az eszközök elkészítése, mint vártuk.”*

Itt olvasható egy konkrét példa is, ez a **kérdőív** a Felelős Gasztrohős Gasztró Randi programján részt vett éttermeknek készült.



## INFOGRAFIKA

A társadalmi hatást nem elég mérni, de ahhoz, hogy **a szervezet hatásait lássa** is a világ, meg kell találni a módot, hogy azt **kommunikálni tudja mások felé**. Erről szólt az Impact Academy utolsó két modulja: a programban résztvevők nemcsak bővítették elméleti tudásukat, de elkészítették saját infografikájukat is. Az infografikák alapját a hatáslánc, a mérési terv és a már meglévő mérési eredmények adták, a koncepció kidolgozásában kommunikációs és kreatív szakértő segítette a Felelős Gasztrohóst.



### ① Kihívás

Az alapítvány sok tevékenységet folytat, ezért kihívásként jelent meg, **hogyan tegyék a sok tevékenységet egyetlen oldalon láthatóvá**.

### ② Válasz

Az alapítvány sokrétű tevékenységeinek megjelenítésére „*Elsőként **más struktúrában**, egy nagyon széles vagy nagyon hosszú grafikában gondolkodtunk.*”

### ③ Eredmény, fő tanulságok

Végül egy nem túl széles vagy hosszú infografikában sikerült összegezni a tevékenységeket.

„*Tetszett az eredmény, illik is hozzánk, de még nem elég dögös.*”

# Jövő: hogyan tovább?

.....

*„A program végén nekünk hiányzott több konkrétum és néhány mentor kontakt óra, a speciális nehézségeink leküzdésére. Emellett nagyon hasznos képzés volt: elkészült a hatásláncunk, az infografikánk és a mérési tervünk, amelyek valóban a mi tevékenységeinket és céljainkat tükrözik.”*



## +1 CSELEKVÉSI TERV

Az Impact Academy utolsó moduljára nemcsak az infografika, de a mérési terv végleges változata is elkészült. A program zárómodulján – ami egyúttal a hatásmérési terv gyakorlati megvalósításának kezdete is – a Felelős Gasztrohősök is elkészítették az Impact Academy program után következő 1 évre vonatkozó **cselekvési tervét**:

Mikor?	Mit csinálunk?
<b>NYÁR</b> 1-3 hónap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hatáslánc véglegesítése</li> <li>• Még kidolgozatlan mérési eszközök elkészítése</li> <li>• Mérési terv felállítása nyár végéig</li> </ul>
<b>ŐSZ</b> 3-6 hónap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hatásmérés indítása (kérdőívek lekérdezése, interjúk, stb.) elsőként a diákoknál, majd a felnőtteknél</li> <li>• Rendezvényeken további adatok gyűjtése</li> </ul>
<b>TÉL</b> 6-9 hónap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A gyűjtött adatok, anyagok kiértékelés szociológus segítségével</li> </ul>
<b>TAVASZ</b> 9-12 hónap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SRS (<b>Social Reporting Standard</b>) elkészítése</li> <li>• Infografika készítése a mérési adatok felhasználásával</li> </ul>



**IMPACT ACADEMY**

[impactacademy.hu](http://impactacademy.hu)

Ha Neked is fontos a hatásod megfelelő mérése és szeretnéd megtanulni, hogyan beszélj róla, akkor írd Nekünk:

[jelentkezes@impactacademy.hu](mailto:jelentkezes@impactacademy.hu)

Kövess minket Facebook-on is:

 [@ImpactAcademyHungary](https://www.facebook.com/ImpactAcademyHungary)

