

DE IMPACTREVOLUTIE



De toekomst van de journalistiek begint met zorg.

Door Nicole van Schaik: initiatiefnemer en oprichter van De Impactrevolutie

De toekomst ligt niet in méér productie, maar in beter georganiseerde journalistiek. Waarom impactproductie het journalistieke kompas van de toekomst is.

In een tijd van desinformatie, de macht van technologieplatforms en afnemend vertrouwen moet de journalistiek opnieuw leren het publiek te betrekken om betekenis te behouden. Wat als de toekomst van ons vak niet ligt in méér productie, maar in beter zorgen voor wat verhalen tweebrengen?

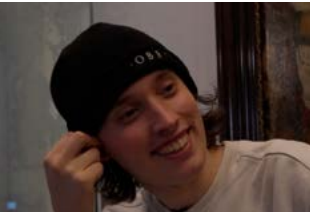
De afgelopen vijftien jaar werkte ik internationaal aan een verschuiving in de documentairejournalistiek: van verhalen die informeren naar verhalen die effect hebben. We ontwikkelden een aanpak waarin journalistiek strategisch werd ingezet voor maatschappelijke verandering. Documentaires leidden tot bewustwording, gedragsverandering en zelfs wetwijzigingen. Campagnes droegen bij aan beleidsaanpassing. Verhalen versterkten het vertrouwen tussen burgers en instituties.

De lessen uit die periode zijn toepasbaar op de hele journalistiek. Wanneer verhalen

worden gemaakt met zorg, samenwerking en verantwoordelijkheid als uitgangspunt, verandert hun werking fundamenteel. Journalistiek wordt dan een middel voor publieke verbeelding en maatschappelijke betrokkenheid.

"De toekomst ligt niet in méér journalistiek, maar in beter georganiseerde journalistiek."

Lees verder op pagina 2



Dossier PFAS
p.14



Vanessa Cuervo
p.19



Date in Deventer
p.26

Two women. Eén missie. Journalistiek die samenwerkt, zorgzaam is en weer landt bij het publiek. **Vragen of tips?** Neem contact met ons op via impactrevolutie@gmail.com.





>> vervolg

De journalistiek staat onder druk

We meten precies hoeveel mensen we bereiken, zonder te weten wat dat bereik oplevert. Onze reflex is harder werken, meer publiceren en scherper concurreren – precies wat ons verder verwijderd van het publiek dat we willen dienen. Toch groeit het besef dat dit niet houdbaar is.

De journalistiek barst van talent en bevologenheid, maar mist structuur. Tijd, middelen en zorg zijn schaars. En juist zorg is de vergeten kern van het vak. Journalistiek is in essentie bedoeld om te dienen: het publiek, de democratie en de waarheid. Verhalen krijgen betekenis wanneer ze worden herkend, gedeeld en gebruikt – wanneer ze iets in beweging zetten.

Zorg betekent verantwoordelijkheid nemen voor wat verhalen losmaken. Dat gaat verder dan ethiek of hoor en wederhoor. Het gaat om aandacht na publicatie: voor bronnen, terugkoppeling naar gemeenschappen, veilige werkomstandigheden voor journalisten, en ruimte voor reflectie.

Zorgjournalistiek is bijvoorbeeld: na een interview met een slachtoffer nog eens teruggaan – niet voor een vervolghet verhaal, maar om te vragen hoe het gaat. Of delen wat er met hun verhaal is gebeurd en welke verandering het heeft veroorzaakt.

In een tijd waarin de fundamenteën van democratie onder druk staan, is journalistiek die alleen registreert niet meer genoeg. Ze moet opnieuw leren verbinden, duiden en bijdragen aan verandering. Zonder hernieuwde aandacht voor dat proces verliest de journalistiek haar legitimiteit – en daarmee haar bestaansreden.

Wat we kunnen leren van de documentairewereld

In de internationale documentairesector groeide de afgelopen vijftien jaar een praktijk waarin verhalen niet alleen informeren, maar ook mensen aanzetten tot handelen.

Sommige producties hadden wereldwijde invloed. *Citizenfour* veranderde het gesprek over digitale privacy en bronbescherming. *Blackfish* zette een internationale discussie in gang over dierenwelzijn en bracht SeaWorld ertoe te stoppen met het fokken van orka's. *Virunga* legde illegale olie-exploratie bloot en bracht een Brits bedrijf ertoe zijn plannen in een Congolees natuurpark te staken.

Andere films maakten verschil op lokaal en menselijk niveau. *Weapon of War* leidde tot gedragsverandering binnen het Congolese leger en verminderde aantoonbaar seksueel geweld. Dichter bij huis vergrootte *Alicia* het bewustzijn over de problemen in de Nederlandse jeugdzorg en droeg bij aan een toename van pleegouderaanmeldingen. *Schuldig* bracht de schuldenproblematiek uit Amsterdam-Noord op de politieke agenda en creëerde een gemeenschap van betrokken burgers en hulpverleners.

Sommige verhalen hadden invloed op complete samenlevingen. *The Act of Killing* doorbrak het nationale stilzwijgen rond de Indonesische genocide van 1965 en veranderde de manier waarop een land naar zijn eigen geschiedenis

kijkt. *No Fire Zone* toonde oorlogsmisdaden in Sri Lanka aan en droeg bij aan een VN-onderzoek. *Welcome to Chechnya* mobiliseerde internationale netwerken voor de evacuatie en bescherming van LGBTQ+-mensen.

Deze voorbeelden tonen dat impact zich kan uiten in bewustwording, gedragsverandering, beleidsaanpassing, versterking van instituties, gemeenschapsvorming of verschuiving van het publieke debat. De kracht van verhalen groeit door het toepassen van een strategische werkwijze genaamd impactproductie, waarin samenwerking en zorg centraal staan.

Uit lopend onderzoek van het AKO Storytelling Institute (University of the Arts London) blijkt dat impactverhalen maatschappelijke verandering kunnen stimuleren. Doc Society laat in haar *Theory of Change* zien hoe transparantie over dat proces vertrouwen versterkt. Ook in mijn eigen praktijk zie ik dat: wanneer redacties zichtbaar maken wat verhalen teweegbrengen, groeien geloofwaardigheid en betrokkenheid.

Ik heb gemerkt dat de documentairewereld een stuk minder gesloten is dan de journalistiek. Doordat er minder directe concurrentie is, werken makers meer samen, delen ze kennis en zien ze impact als gedeelde verantwoordelijkheid. Die open cultuur, waarin leren en samenwerken centraal staan, is de cultuurverandering waar de journalistiek van kan profiteren: minder gericht op exclusiviteit, meer op gezamenlijk effect.

Wat is impactproductie?

Impactproductie is journalistiek die verder reikt dan publicatie. Het is een strategische manier van werken gericht op maatschappelijke verandering. Vanaf het eerste idee wordt nagedacht over betekenis, doelgroep en effect. Dat vraagt tijd, kennis, middelen en vooral zorg:

Tijd om relaties op te bouwen met publiek en gemeenschappen.
Kennis om bewezen methodieken voor impactgericht werken toe te passen.
Middelen om productie, nazorg, samenwerking en evaluatie te bekostigen.
Zorg voor journalisten, bronnen en gemeenschappen, als vorm van verantwoordelijkheid voor wat verhalen losmaken.

Zorg vormt de basis van professioneel vakmanschap.

Wat gebeurt er als we het zo gaan doen?

De documentairewereld laat zien wat mogelijk is als verhalen verder reiken dan publicatie. Stel dat nieuwsverhalen – van lokale onderzoeken tot internationale dossiers – met dezelfde strategische zorg worden ontwikkeld, verspreid en opgevolgd. Wat als redacties hun publiek niet alleen informeren, maar ook meenemen in wat verhalen teweegbrengen?

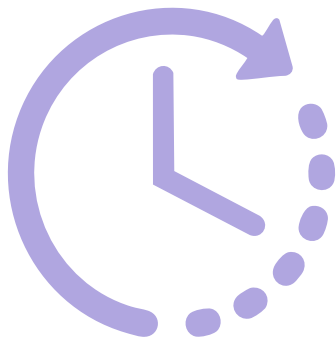
Deze manier van werken vraagt om bewuste keuzes en het lef om journalistiek opnieuw te ontwerpen rond strategie, samenwerking en zorg.

De toekomst is relationeel

De komende jaren zullen redacties bewuster omgaan met wat er gebeurt ná publicatie – niet alleen vanuit redactionele overtuiging, maar ook omdat bereik, relevantie en publiekvertrouwen essentieel zijn voor hun voortbestaan.

Impactproductie helpt dat proces organiseren en maakt journalistiek toekomstbestendig door de verbinding met het publiek te versterken.

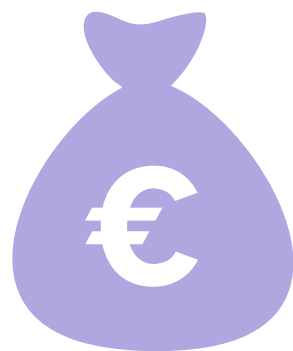
De toekomst van de journalistiek ligt in aandachtig werken – met betekenis, context en impact als uitgangspunt. Impactproductie biedt daarvoor het kompas. Journalistiek die met zorg wordt gemaakt, vergroot vertrouwen, betrokkenheid en democratische veerkracht. Dat is wat mij drijft; wat de journalistiek opnieuw kan verbinden met haar publiek.



Tijd



Kennis



Middelen



Zorg



Ivo Vaessens - Soulfirm

Wie is De Impact revolutie?

Twee vrouwen. Eén missie. Journalistiek die samenwerkt, zorgt en weer landt bij het publiek.

Door de redactie

Ze ontmoetten elkaar tijdens het SVDJ Incubator-programma 2025 – een negen maanden durend innovatieprogramma van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek waarin multidisciplinaire teams van makers, denkers en doeners samenwerken aan één urgente vraag: *Hoe betrekken we het publiek bij de journalistiek?*

In dat traject ontstond de Impactrevolutie: een beginnende beweging binnen de journalistiek die laat zien hoe verhalen verschil kunnen maken. Ze groeit uit nieuwsgierigheid naar wat er gebeurt wanneer journalistiek verder kijkt dan publicatie en bewust vormgeeft aan de impact van verhalen in de samenleving. De Impactrevolutie gaat over impactproductie:

journalistiek die verandering mogelijk maakt. Een werkwijze die nieuwsgierigheid, betrokkenheid en maatschappelijke relevantie centraal stelt. Een manier van denken en doen die verhalen verbindt met publiek, beleid en gemeenschappen. Ze vraagt aandacht, samenwerking en bewustzijn van wat verhalen teweegbrengen. Een uitnodiging om te zien, te luisteren en te handelen vanuit de vraag: *wat doet een verhaal in de wereld?*

De Impactrevolutie is een manifesto in wording: een open beweging van makers, denkers en doeners die verhalen zien als het begin van verandering. Vanuit dat besef groeit journalistiek die verdiept, verbindt en verandering teweegbrengt.

Het team

Nicole van Schaik is initiatiefnemer en oprichter van De Impactrevolutie. Ze is een veldbouwer, impactstrateeg en innovator. Nicole behaalde haar bachelor en master in de journalistiek, begon haar loopbaan in de nieuwssector en vond daarna haar roeping bij Doc Society: de internationale organisatie achter documentaires en impactcampagnes die wereldwijd sociale en ecologische verandering aanjagen. Veertien jaar lang werkte ze daar aan de frontlinie van impactgedreven storytelling. Ze stond aan de wieg van het vak en de term *impactproducent*, co-creëerde de Impact Field Guide, trainde de eerste generatie impactproducenten op elk continent, en is mede-oprichter van de Global Impact Producer Alliance (GIPA). Met haar onderneming Full Circle gebruikt ze haar ervaring om anderen te helpen betekenisvolle verandering te realiseren. Ze adviseert organisaties en makers die maatschappelijke impact willen vergroten, en verbindt journalistiek, media, cultuur, bedrijfsleven en filantropie. Ze bouwt bruggen en vertaalt visie

naar strategie, en strategie naar actie.

Esmée van Loo is creatief partner van De Impactrevolutie. Ze is journalist, contentstrateeg en mediaonderzoeker. Na haar internationale studies werkte ze in steden als Tel Aviv en Brussel, waar ze zich onderdompelde in de wereld van internationale politiek en communicatie. Ze was gefascineerd door de grootste verhalen, maar beseftte dat ze eerst terug naar de basis wilde: kleine verhalen leren maken, zodat ze de vaardigheden ontwikkelde om moeiteloos te schakelen tussen micro- en macroniveau in haar journalistieke werk. Terug in Nederland werkte ze als contentmaker en copywriter bij een PR- en marketingbureau, en maakte een korte uitstap naar de overheid, waar ze zelfs een brandweerkazerne van binnen zag. Toch bleef de journalistiek trekken. Weg van beleidsnota's en campagnes, terug naar de kern: verhalen ophalen, brengen en misstanden blootleggen. Met haar academische achtergrond, brede werkervaring en scherpe pen vond Esmée haar plek in de regiojournalistiek: in Maastricht, de stad waar het Verdrag dat Europa veranderde werd ondertekend, en waar kleine thema's kunnen uitgroeien tot grote verhalen met impact ver voorbij de stadsgrenzen

“De journalistiek heeft een nieuwe houding nodig,” zegt Van Schaik. “Impactproductie laat zien hoe verhalen kunnen verbinden, vertrouwen herstellen en het publiek actief betrekken bij wat er in de samenleving speelt. “Zo hervindt de journalistiek haar rol als drijvende kracht voor verandering.”

Van Loo vult aan: “De journalistiek heeft alles in huis: integriteit, scherpzint, moed. Wat we willen toevoegen is zorg voor de relatie met het publiek tijdens én na de publicatie. Impactdenken

helpt die relatie herstellen, zonder dat we aan onafhankelijkheid inboeten. Verhalen maken is één ding. Maar verhalen laten landen: dáár zit de toekomst van ons vak.”

Waarom De Impactrevolutie?

De journalistiek staat onder druk. Deadlines versnellen, het vertrouwen neemt af en de band met het publiek verzwakt. De Impactrevolutie is een eerste stap om die relatie te herstellen: een verkenning van hoe journalistiek weer kan landen bij mensen, gemeenschappen en thema's die ertoe doen. Nicole en Esmée bouwen met de Impactrevolutie aan een nieuw bewustzijn in de sector. Ze verbinden journalistiek met impactprofessionals, maatschappelijke organisaties en vernieuwers die weten dat verandering ontstaat door samenwerking, zorg en wederkerigheid. De Impactrevolutie laat zien dat de toekomst van journalistiek ligt in verbinding maken, verantwoordelijkheid nemen en samen bouwen aan betekenisvolle verandering.

De krant als startpunt

De eerste uiting is de Impactrevolutie: een hybride publicatie – krant én digitaal – die laat zien hoe impactdenken werkt in de praktijk. De krant biedt inspiratie en kennis over de werkwijze, internationale inzichten, voorbeelden uit binnen- en buitenland en QR-codes die leiden naar korte video's, gesprekken en explainers. Ze verschijnt in een oplage van 500 exemplaren en wordt verspreid onder redacties, nieuwsorganisaties, fondsen, maatschappelijke organisaties en impactmakers.

Daarnaast vormt de Substack De Impactrevolutie het online verlengstuk van de krant: een plek waar inspiratie, kennis, praktijk en strategie samenkomen. Hier delen Nicole en Esmée analyses, interviews en concrete handvatten voor journalistiek die niet ophoudt bij zenden, maar doorgaat in zorg - voor het publiek, de thema's en het effect van verhalen.

Waar de Impactrevolutie voor staat

Kennis delen - inzicht bieden in hoe impactdenken werkt, met concrete voorbeelden, tools en methodes.

Publiek betrekken - verhalen ontstaan niet alleen op de redactie, maar samen met de mensen voor wie ze bedoeld zijn.

Verantwoording nemen - journalistiek die reflecteert, luistert en zichtbaar maakt wat verhalen tweeëgbrengen.

Zorg dragen - journalistiek die verantwoordelijkheid neemt voor de gevolgen van verhalen: voor bronnen, gemeenschappen, makers en het publieke gesprek.

Samenwerken - journalisten, impactproducenten, maatschappelijke organisaties, financiers en publiek bouwen samen aan verhalen die verschil maken.

De Impactrevolutie gaat over journalistiek die verder kijkt dan de publicatie. Journalistiek die zorg draagt voor wat verhalen in beweging zetten - in mensen, beleid en systemen. Ze is een uitnodiging om samen te bouwen aan een vak dat verbindt, verantwoordelijkheid neemt en bijdraagt aan blijvende verandering.

Journalistiek die blijft resoneren. Van verhalen vertellen, naar verhalen die verschil maken. Dat is de Impactrevolutie.

Q&A:
Wat betekent impactproductie in de journalistiek nou eigenlijk?

Wat betekent impact concreet? Impact maken kan verschillende vormen hebben: bewustwording, gedragsverandering, beleidsaanpassing, versterking van instituten, gemeenschapsvorming of verschuiving van het publieke debat. Het gaat erom dat verhalen daadwerkelijk iets in beweging zetten: dichtbij de betrokken gemeenschappen en breder in beleid en samenleving.

Wat is impactproductie? Impactproductie is journalistiek die verder gaat dan publicatie. Het is een strategische werkwijze waarin makers hun verhaal bewust ontwikkelen om meetbare maatschappelijke verandering te realiseren. Door vanaf het eerste idee na te denken over betekenis, doelgroep en gewenste impact van een verhaal, wordt de verhaallijn vertaald naar tastbare resultaten: het beïnvloeden van het publieke debat, het versterken van gemeenschappen, het hervormen van instituties of zelfs het aanpassen van beleid. Het draait niet alleen om wat je vertelt, maar om wat je verhaal tweeëgbrengt en in beweging zet - in de samenleving, bij het publiek en binnen systemen.

Waarom is het relevant nu? In tijden van dalend vertrouwen en afnemende publieksbetrokkenheid biedt impactproductie redacties en freelancers een manier om het publiek actief te betrekken bij het maken en delen van verhalen. Het biedt een praktisch kompas: wie wil je bereiken, wie kan iets veranderen, en hoe zorg je dat het verhaal landt waar het verschil maakt? Door verhalen met burgers te maken in plaats van over hen, voelen zij zich gerepresenteerd en herkennen ze zich in de verhalen, waardoor vertrouwen, betrokkenheid en maatschappelijke impact groeien.

Waarom is impactproductie belangrijk voor de toekomst van de journalistiek? Het helpt verhalen relevanter, dieper en beter verantwoord te maken. Het verankert publieksbetrokkenheid structureel, versterkt vertrouwen en zorgt dat journalistiek niet stopt bij publicatie. Zo ontwikkelt de journalistiek zich van het maken van verhalen naar verhalen die daadwerkelijk verschil maken en maatschappelijk verandering ondersteunen.

Wat zijn de kernprincipes van impactproductie? Impactproductie rust op drie pijlers: strategie, samenwerking en zorg. Het vraagt niet om meer werk, maar om anders werken: van verhalen maken naar verhalen laten werken. Dat betekent bewust bepalen wat je wilt veranderen, hoe je dat doet (met het juiste team, middelen, kennispartners en netwerken), wie je betreft (de relevante doelgroepen), via welke kanalen en activiteiten je de verandering realiseert, en hoe je de resultaten evalueert en bijstuurt.

Hoe werkt het voor redacties en mediabedrijven? Redacties kunnen impactproductie toepassen om publieksbetrokkenheid te versterken en verhalen langer door te laten werken. In plaats van te wachten op toeval of een follow-up, plan je vanaf het begin wie je wilt bereiken, wat er moet gebeuren en hoe je het effect meet. Het publiek wordt een mede-vertrekpunt van het verhaal, en co-creatie en wederkerigheid zijn essentieel.

Is het dan geen PR of activisme? Nee. Impactproductie richt zich op effect en betekenisvolle verandering, niet op marketing of propaganda. Het vraagt om bewuste journalistiek: strategisch, zorgvuldig en met oog voor de mensen over wie het verhaal gaat. Het draait om het maken van impact - journalistiek die bijdraagt aan maatschappelijke verandering.

Bekijk hier de explainer ‘Impactproductie: van verhalen maken naar verhalen die verschil maken’



Een impactteam bestaat uit verschillende rollen - een persoon kan meerdere rollen tegelijk vervullen

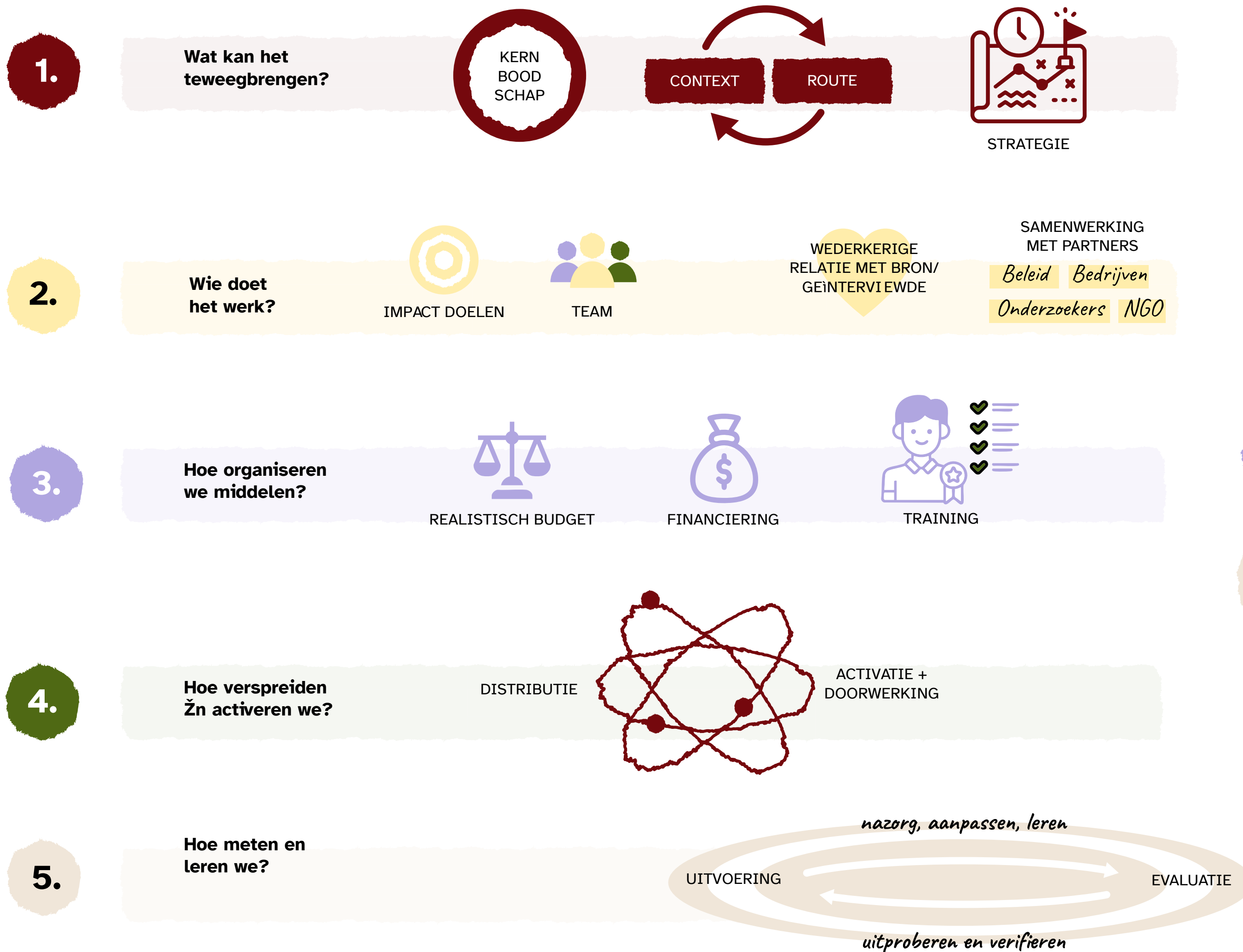
Wat is een impactversneller? De impactversneller is een informele rol, bedoeld om te verkennen of impactproductie bij jullie redactie past. Wijs één redacteur aan die bij elk verhaal drie vragen stelt: *Wie willen we bereiken? Met wie werken we samen? Wat doen we na publicatie?* Deze persoon verbindt de juiste mensen, bewaakt de strategie en zorgt dat impact structureel onderdeel wordt van de workflow. Onderzoek toont dat redacties met zo'n rol beter samenwerken en scherper zicht krijgen op hun maatschappelijke effect. Wanneer de werkwijze groeit, kan deze functie uitgroeien tot een formele rol, zoals impactredacteur of impactproducent.

Wat is een impactredacteur (of impact editor)? De impactredacteur maakt deel uit van het redactieteam en bewaakt de maatschappelijke relevantie en impact van verhalen. Vanuit het managementteam bepaalt de impactredacteur de strategie voor urgente maatschappelijke thema's en stelt tijdens redactievergaderingen de vragen die vaak ongesteld blijven: *Wie willen we bereiken? Wat gebeurt er na publicatie?* Zo zorgt de impactredacteur dat impactdenken structureel verankerd raakt in het journalistieke proces en dat verhalen niet alleen worden gemaakt, maar ook echt iets tweeëgbrengen.

Wat is een impactstrateeg? Een impactstrateeg ontwikkelt de strategie voor het creëren van impact. Dit kan op drie niveaus: bij een verhaal (*welke verandering willen we met dit verhaal tweeëgbrengen?*), bij een maatschappelijk dossier (*welke verandering kunnen we realiseren met meerdere verhalen op langere termijn?*) en in het grotere geheel (*hoe kan een redactie, productiehuis, journalistieke of mediaorganisatie structureel werken aan publieksbetrokkenheid en blijvende verandering?*). De impactstrateeg ontwerpt de route van verhaal tot impact en bouwt aan een duurzame infrastructuur voor journalistiek en impactproductie, in samenwerking met fondsen, maatschappelijke organisaties en via trainingen, kennisdeling en middelen. Kort gezegd: de impactstrateeg bouwt het systeem waarin impact vanzelfsprekend wordt.

Wat is een impactproducent? Een impactproducent voert de route van strategie tot impact uit en zorgt dat een journalistiek verhaal de juiste doelgroepen bereikt en daadwerkelijk verschil maakt in de samenleving. In plaats van te stoppen bij publicatie, denkt de impactproducent na over *wie dit moet zien, wat er moet veranderen, en hoe dat bereikt kan worden*. Ze bouwen bruggen tussen journalisten, publiek en maatschappelijke partners, en vertalen verhalen naar beweging via campagnes en activiteiten, zoals publieksbijeenkomsten, buurtgesprekken, samenwerkingen met scholen of beleidsmakers. Kort gezegd: de impactproducent zorgt dat verhalen effect hebben na publicatie.

Het begint met een krachtig
**JOURNALISTIEK
VERHAAL**



Hoe het werkt

de impact-roadmap

Start:
het begint altijd met een krachtig journalistiek verhaal: feitelijk, onafhankelijk en maatschappelijk relevant.

Strategie:
bepaal de kernboodschap, context en route naar verandering.

Team & partners:
formuleer impactdoelen, bepaal wie in je team zit, en werk samen met communities, onderzoekers en maatschappelijke organisaties.

Middelen:
zorg voor realistische budgetten, zoek financiering buiten de gebaande paden, volg trainingen en sluit je aan bij colleganetwerken.

Verspreiding & activatie:
plan hoe het verhaal zijn publiek bereikt en aanzet tot actie.

Evaluatie:
meet wat er verandert, zorg voor nazorg, leer en stuur bij.

Uitkomst:
verhalen die bewustwording creëren, dialoog aanjagen en bijdragen aan structurele verandering.

Het geheim achter nieuws dat écht impact heeft in de regio

Het geheim achter nieuws dat écht impact heeft in de regio: de regionale impactredacteur

Door Esmée van Loo

Ik kwam voor het eerst met de werkwijze van impactproductie in aanraking tijdens de SVDJ-Incubator, waar teamgenoot Nicole me liet zien hoe je journalistiek echt kunt laten doorwerken na publicatie. Niet door harder te roepen of meer te posten, maar door vanaf het begin na te denken over het doel van je verhaal en te zorgen dat het bij de juiste mensen terechtkomt. Wie moet dit horen om verschil te maken? Wat hoop je dat er gebeurt als het verhaal er is? Met wie werk je samen? En wie zorgt dat je verhaal gelezen of gezien wordt door de mensen die verandering kunnen bewerkstelligen?

Het klonk logisch, bijna vanzelfsprekend. Dat is toch gewoon goede journalistiek? Totdat ik teruggacht aan een reportage waaraan ik eerder meewerkte over obesitas in Limburg, als regiojournalist. De cijfers waren hoog en de persoonlijke verhalen lagen voor het oprapen. We spraken mensen die waren afgevalen en artsen van het universitair ziekenhuis van Maastricht. De nieuwsuitzending deed het goed, online werd het veel gelezen en er kwamen reacties op social media. Het onderwerp leefde even. En toch: later hoorde ik er niemand meer over. De obesitascijfers? Limburg staat nog altijd op de tweede plek van Nederland, na Drenthe, wat nog eens benadrukt hoe groot het probleem is.

Het knaagde. We hadden het verhaal goed verteld, maar wat hadden we eigenlijk veranderd? Tijdens het Incubator-programma besepte ik dat ik nooit had nagedacht over wie het verhaal écht moest bereiken. Niet alleen het grote publiek, maar juist Limburgse huisartsen en diëtisten, basisscholen, franchisenemers van landelijke supermarkten, lokale boeren, sportclubs en fitnesscentra. Welke verhalen hebben zij nodig? Waar lopen zij



Ruud van Broekhoven - Verslaggever L1

tegenaan? Zijn er al lokale initiatieven die het probleem aanpakken?

Door na te denken over impact en daadwerkelijke verandering tijdens het Incubatorprogramma kwamen vragen op zoals: waar komt ons voedsel hier in Limburg vandaan, en welke rol speelt het in obesitas? Welke producten zijn lokaal, welke via grotere ketens? Hoe beïnvloeden lokale producenten, franchisenemers van supermarkten en consumenten samen wat er in de regio gegeten wordt? Hoe gaat Limburg concreet met dit probleem om, en welke initiatieven bestaan er al die gezondheid en bewustwording bevorderen?

Impactproductie betekent hier verder kijken dan één nieuwsuitzending. Waarom maken we er niet een dossier van waar continu verhalen over gemaakt worden? Om zo verandering teweeg te brengen en de obesitascijfers omlaag te krijgen.

Even een zijspoor. Voor wie zich afvraagt waarom regiojournalisten zich überhaupt willen inzetten voor verandering: educatie en het informeren van de lokale gemeenschap zijn kerndoelen van de publieke opdracht van regionale omroepen, zoals het Commissariaat voor de Media ook stelt. Waarom zouden we dit dan niet actief doen, met verhalen die écht resoneren? Terug naar de regiojournalist. Juist die heeft heel inzichtelijk wie de hoofdrolspelers zijn op bepaalde thema's of dossiers, en er lopen vaak al korte lijntjes. Door een kleinere geografische afbakening is het vaak makkelijker om te weten wie-wie is op een regionaal dossier dan voor een landelijke redactie. Dat geeft ons een unieke positie: we kunnen verhalen maken én direct laten landen bij de mensen die er iets mee kunnen doen. Volgens een rapport van het Commissariaat voor de Media is het vertrouwen in regionale media groot. Dat vertrouwen versterkt de kans dat verhalen écht verandering teweegbrengen.

Veel regioverslaggevers hebben een 'gouden boekje' vol waardevolle contacten en verhalen uit hun netwerk. Tijdens de redactievergadering

Veel regioverslaggevers hebben een 'gouden boekje' vol waardevolle contacten en verhalen uit hun netwerk.

komen juist die verhalen op tafel: wat speelt er in de dorpen, bij de sportclubs, in de huisartspraktijk of bij lokale ondernemers? Dat is het moment waarop impactproductie een rol kan spelen binnen regiojournalistiek, in de rol van een impactredacteur. Dat is iemand die meedenkt over hoe al die losse verhalen samen een groter regionaal thema kunnen vormen, en die strategisch kijkt naar wat er met die informatie gedaan kan worden. Wie willen we bereiken? Wat gebeurt er na publicatie? Aan welke verandering op dossiers willen we meewerken?

Volgende stap. Ook denkt de impactredacteur alvast na over de volgende stap wanneer er reportages worden gemaakt, bijvoorbeeld over obesitas in Limburg. Hoe kan dit verhaal bijdragen aan een breder gesprek over gezondheid in de regio? Welke organisaties, scholen of beleidsmakers moeten dit zien om er iets mee te doen? En hoe kunnen de reacties, ervaringen of vervolgvragen uit de gemeenschap actief worden opgehaald en teruggebracht naar de redactie, zodat het publiek niet alleen wordt geïnformeerd maar ook meedoet aan de zoektocht naar oplossingen? Zo blijft impact een vast onderdeel van het journalistieke proces. De verslaggever blijft doen waar de verslaggever goed in is: verhalen maken, terwijl de impactredacteur ervoor zorgt dat deze verhalen echt verschil maken en landen waar het het

meest nodig is. Die brengt verslaggevers, lokale organisaties en bewoners samen, houdt de vinger aan de pols en zorgt dat dossiers blijven ademen, met verhalen die de gemeenschap verder helpen, mensen betrekken en iets in beweging zetten.

Misschien denk je al lezend dat de redactieplanner dit prima kan uitvoeren, maar de planner rent van deadline naar deadline en probeert alle gaten op alle kanalen te vullen. Er is nauwelijks ruimte om écht na te denken over strategie en doelen. En juist die doelen kun je pas bepalen als je weet welke verandering je wilt maken op een bepaald thema, en bij welke

doelgroepen in je regio. Pas als dat helder is, kun je daar een strategie voor bedenken. Een redactieplanner heeft hier de ruimte en kennis niet voor.

Klein beginnen. Maar je hoeft niet meteen groots te denken. Impact kan klein beginnen met bijvoorbeeld een verslaggever (of meerdere) die ook aangewezen worden als 'impactversneller'. Dat is iemand die in een redactievergadering bij elk verhaal even stilstaat en drie vragen stelt: Wie willen we bereiken? Met wie werken we samen? Wat doen we na publicatie? De impactversneller zorgt dat

De quick wins van impactjournalistiek

Verandering hoeft niet groot te zijn om verschil te maken. Wie vandaag aan impact wil bouwen, hoeft niet te wachten op hervormingen of grote budgetten. Kleine, bewuste keuzes versterken samenwerking, vertrouwen en relevantie. Impactjournalistiek groeit uit aandacht voor wat er met verhalen gebeurt - vóór, tijdens en na publicatie. Elke redactie kan vandaag beginnen.

Door de redactie

1. Denk impact vóór publicatie. Impact begint al bij de ontwikkeling van het verhaal, niet pas bij de verspreiding. Maak bij elk verhaal duidelijk wie het moet bereiken, waarom het ertoe doet en wat er daarna kan gebeuren. Zo krijgt elk project richting en betekenis.

2. Benoem een impactversneller. Wijs één redacteur aan die bij elk verhaal drie vragen stelt: *Wie willen we bereiken? Met wie werken we samen? Wat doen we na publicatie?* Deze persoon verbindt de juiste mensen, bewaakt de strategie en zorgt dat impact structureel onderdeel wordt van de workflow. Onderzoek toont dat redacties met zo'n rol beter samenwerken en scherper zicht krijgen op hun maatschappelijke effect. Wanneer de werkwijze groeit, kan deze functie uitgroeien tot een formele rol, zoals impactredacteur of impactproducent.

3. Werk met kennispartners. Zoek samenwerking met academici, onderzoekers, kennisinstellingen, NGO's, beleidsmakers, kunstenaars en burgerinitiatieven. Kennispartners helpen verhalen verdiepen en vergroten zowel relevantie als bereik. Ze brengen journalistiek in contact met de doelgroepen die het meest geraakt, geïnteresseerd of geactiveerd worden door een verhaal. Zo komen verhalen terecht waar ze verschil kunnen maken.

4. Bouw aan nazorg. De relatie met bronnen en betrokkenen stopt niet bij publicatie. Een korte opvolgmail, update of telefoontje vergroot vertrouwen en laat zien dat betrokkenheid wederzijds is. De *Impact Field Guide* (Doc Society) toont dat eenvoudige acties, zoals een *source pack* (met dank, context en het gepubliceerde stuk) of een *partner sharekit* (met visuals of posts voor gedeeld bereik), direct bijdragen aan sterkere relaties, vertrouwen en geloofwaardigheid.

5. Creëer een mini-budget voor publieksbetrokkenheid. Reserveer maandelijks een klein bedrag (bijvoorbeeld €200-€500) om contactmomenten met het publiek te organiseren, zoals koffiegesprekken, follow-upverhalen of kleinschalige bijeenkomsten. Zo krijgt publieksbetrokkenheid een vaste plek in het werkritme en blijft de relatie met het publiek actief en zichtbaar.

6. Start microtrainingen. Plan maandelijks een kort moment waarin een collega een praktijkvoorbeeld deelt van impactgericht werken, bijvoorbeeld van Lighthouse Reports of The Bureau of Investigative Journalism. Gebruik de bibliotheek van de *Impact Field Guide* of nodig een impactproducent uit voor een mini-sessie. Zo groeit kennis organisch binnen de redactie en wordt leren een vast onderdeel van het werk, zonder grote investering.

impactdenken langzaam structureel onderdeel wordt van het verhalen maken.

Het gaat erom dat een verhaal resoneert en blijft hangen. Soms begint het klein: één huisarts die het verhaal gebruikt in een gesprek met een patiënt, of een wethouder die het dossier opnieuw oppakt voor zijn gemeente. Het mooiste moment is wanneer iemand tegen je zegt: "Dat verhaal van jou deed de knop om; ik kwam eindelijk in actie. Precies dát geeft het werk betekenis: weten dat wat jij vertelt, echt iets in gang zet."

‘Een impactproductie is niet iets wat je vooraf bedenkt, maar ontstaat als journalistieke organisaties en inwoners zich één voelen met hun omgeving en lastige problemen inzichtelijk maken. Bewoners een stem geven en instituties krachtig aanspreken, brengt het publieke debat en de oplossing dichterbij.’

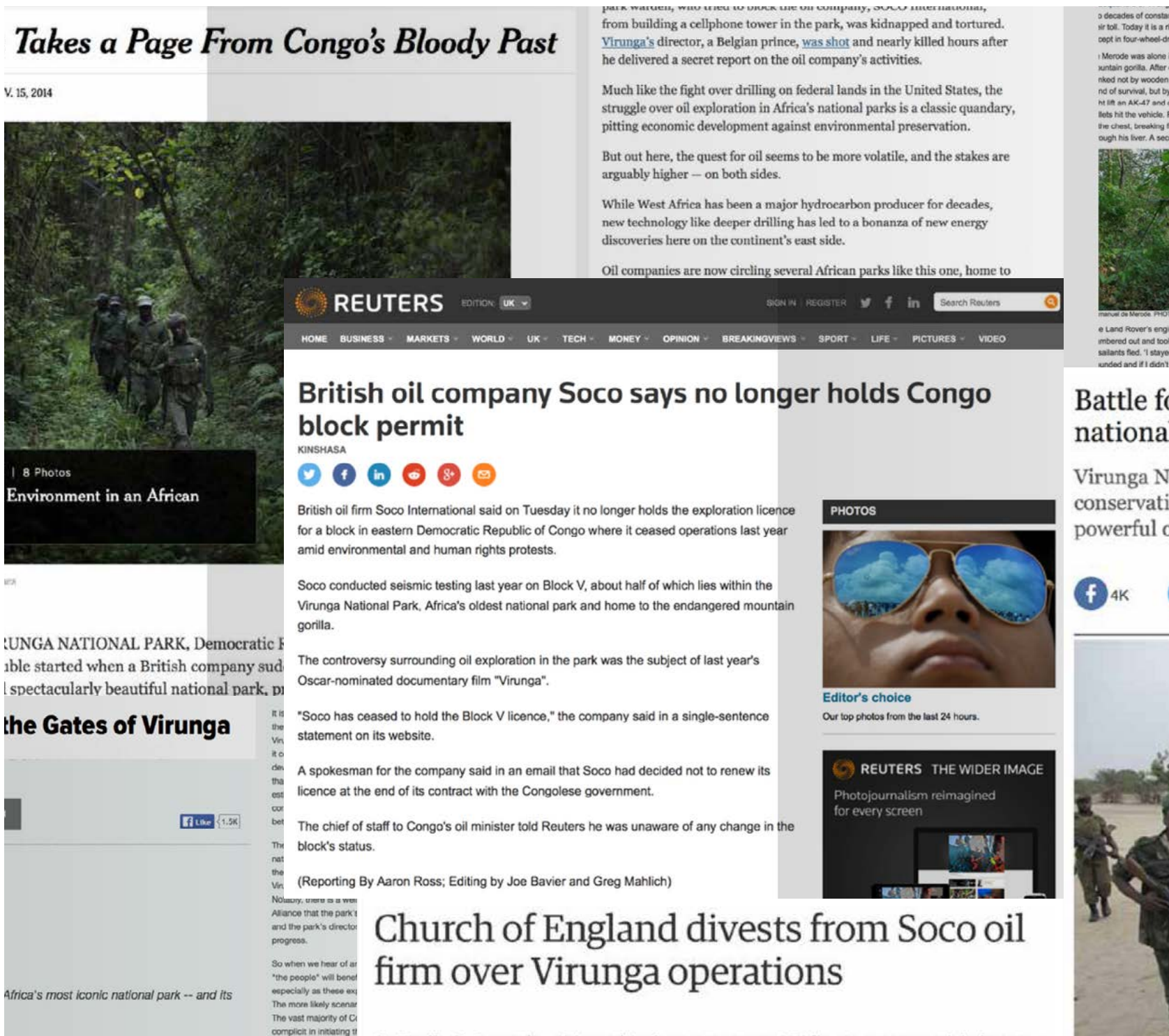
- Johan De Veer, journalist Dagblad van het Noorden

7. Maak impact zichtbaar in evaluaties. Voeg aan elke redactievergadering één vraag toe: *Wat veranderde er door dit verhaal?* Die simpele toevoeging houdt het team scherp, stimuleert reflectie en maakt impact een vanzelfsprekend onderdeel van het journalistieke proces.

8. Geef verhalen een tweede leven. Breng verhalen opnieuw tot leven via nieuwe vertelvormen, educatie, evenementen of publieksgesprekken. Denk aan podcasts, lesmateriaal, debatten of lokale ontmoetingen. Elk nieuw moment van aandacht brengt het verhaal bij de juiste doelgroepen, vergroot bereik en verdiept begrip. Zo blijft journalistiek relevant en levend, ook lang nadat het stuk is verschenen.

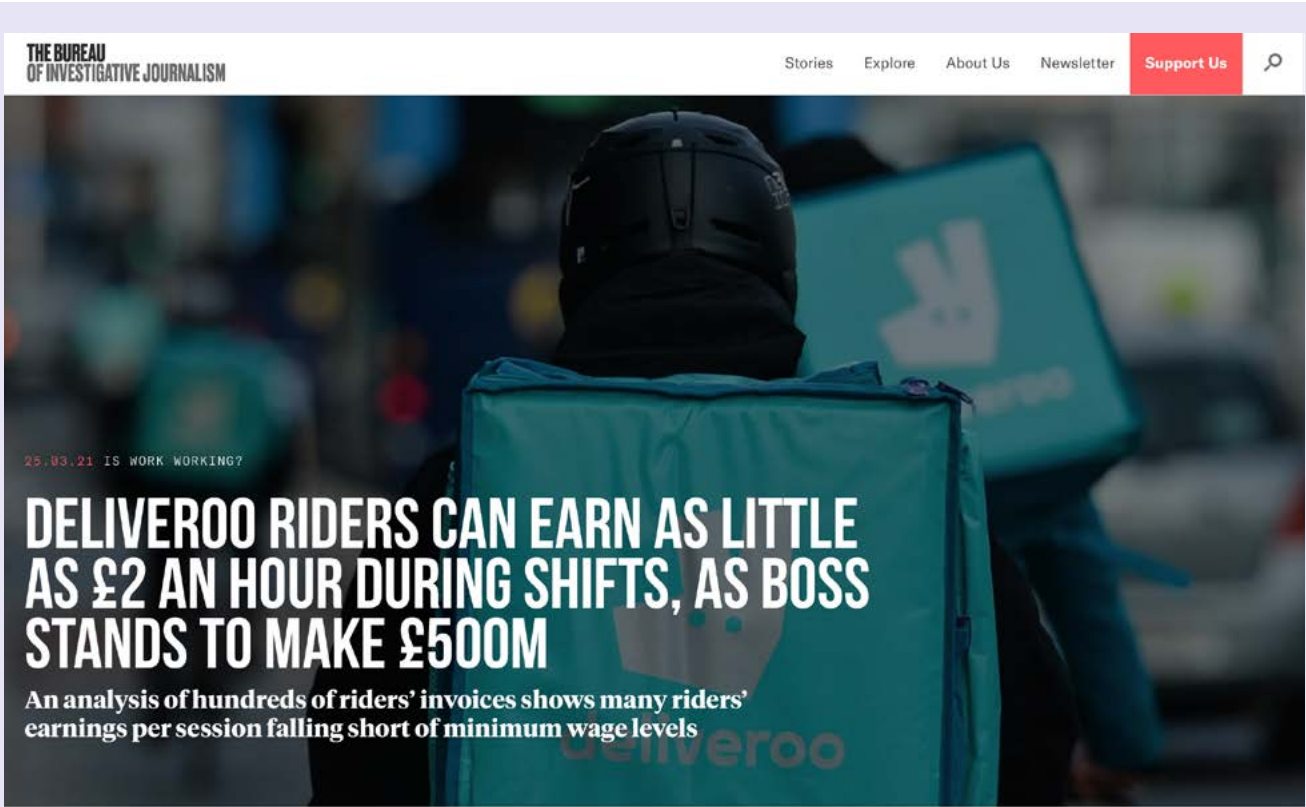
9. Train leiders in impactdenken en zorg. Leidinggevenden die sturen op relevantie, vertrouwen en relatie bouwen aan een duurzame redactionele cultuur. Onderzoek van het *Reuters Institute* en *Luminate* bevestigt dat blijvende verandering begint bij het management. Miriam Wells (*The Examination*) laat zien hoe dat werkt: als impactredacteur in het managementteam maakt zij impactdenken een vast onderdeel van de redactionele besluitvorming.

Kleine, bewuste stappen maken groot verschil. Impactjournalistiek versterkt de kern van het vak: relevantie, betrokkenheid en vertrouwen. Ze begint met luisteren en leren, groeit door samenwerking en krijgt betekenis wanneer verhalen iets in beweging zetten in redacties, gemeenschappen en beleid.



Verhalen die de wereld in beweging zetten: inspirerende voorbeelden van impactjournalistiek

Impactproductie klinkt als jargon, maar het gaat over iets wat elke journalist herkent: de wens dat een verhaal iets teweegbrengt. Dat het niet ophoudt bij een kop, een uitzending of een klik, maar resoneert in hoofden, harten of beleid. In de documentairewereld is dat al jaren vanzelfsprekend. Daar denken makers niet alleen na over wat ze vertellen, maar ook over wat hun verhaal doet. Steeds vaker sijpelt dat denken door naar de journalistiek. En dat werpt vruchten af: van Londen tot Amsterdam, van Congo tot de Nederlandse jeugdzorg, ontstaan voorbeelden van verhalen die de wereld om hen heen daadwerkelijk veranderen.



The Bureau of Investigative Journalism – van feiten naar verandering

Het begint in Londen. Bij The Bureau of Investigative Journalism (TBIJ) werken onderzoeksjournalisten, data-analisten en strategen zij aan zij aan één idee: journalistiek hoort iets teweeg te brengen. Niet door activisme, maar door bewuste keuzes en een gedeelde missie, namelijk om via diepgravende, onafhankelijke onderzoeksjournalistiek misstanden aan het licht te brengen en publieke macht ter verantwoording te roepen. Hun onderzoek naar het Britse maaltijdbezorgplatform Deliveroo werd daar een schoolvoorbeeld. Maandenlang doken journalisten in facturen, loonstroken en gesprekken met bezorgers. Wat ze vonden, was schokkend: een derde van de werkers verdiende minder dan het minimumloon – sommigen slechts twee Britse pond per uur.



Alicia – het meisje dat jeugdzorg een gezicht gaf

De Nederlandse documentaire Alicia, van documentairemaker Maasja Ooms en impactproducent Willemijn Cerruti, volgt een meisje dat opgroeit in de gesloten jeugdzorg. Geen voice-over, geen commentaar – alleen Alicia, die zich een weg probeert te vinden in een systeem dat haar van instelling naar instelling stuurt. Toen de film in 2017 werd uitgezonden door de VPRO, was de impact direct voelbaar. Kijkers reageerden geschokt, jeugdzorgmedewerkers herkenden de patronen, en politici stelden Kamervragen.

Wat is gedaan

- Intensieve samenwerking met maaltijdbezorgers die hun verhalen deelden. Zonder hen zou dit verhaal er niet zijn
- Analyse van facturen, loonstroken en interviews met bezorgers
- Publicatie van bevindingen over loonondergrens en werkcondities

Wat is bereikt

- Publieke en politieke discussie over arbeidsrechten bij platformwerk
- Gebruik van het onderzoek door vakbonden in rechtszaken tegen Deliveroo
- Bewustwording bij media en consumenten over exploitatie van bezorgers

Wat blijft te doen

- Monitoring van platformbedrijven en vervolgonderzoek naar arbeidsvoorwaarden
- Verbinden van onderzoeksjournalistiek met maatschappelijke actie

Impactproductie in optima forma: journalistiek die onafhankelijk blijft, maar bewust nadenkt over wat ze teweeg wil brengen.

Wat is gedaan

- Opzetten van vertoningen in theaters en gemeenten
- Organisatie van gesprekken tussen beleidsmakers, pleegouders en jeugdzorgprofessionals
- Analyse en bespreking van knelpunten in het systeem

Wat is bereikt

- Aanpassing van beleid door instellingen om kinderen meer continuïteit te bieden
- De term 'Stop de Carrousel' werd een symbool voor het doorbreken van eindeloze uithuisplaatsingen
- Een toename van pleegouderaanmeldingen
- Brede maatschappelijke discussie over de effectiviteit van het jeugdzorgsysteem

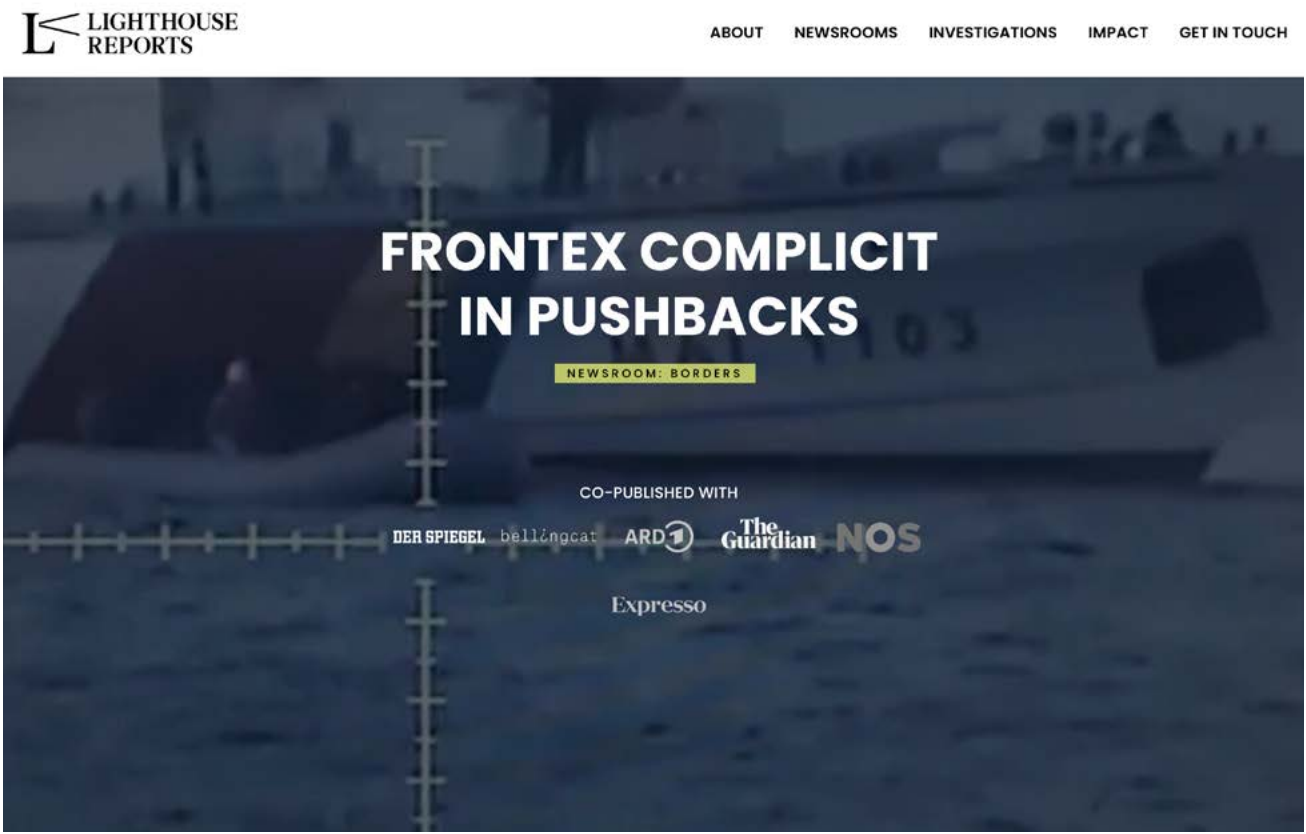
Wat blijft te doen

- Doorlopende reflectie en dialoog tussen jongeren, professionals en beleidsmakers
- Breder inzetten van de film en educatief materiaal in scholing en trainingen
- Volgen van de impact van beleidsveranderingen op het welzijn van jongeren



Shadow Game – migratie door de ogen van jongeren

Verandering teweegbrengen doe je nooit alleen. Dat kun je zien aan de samenstelling van het team dat aan de documentaire Shadow Game werkte. Het is een schoolvoorbeeld van hoe samenwerking verhalen kan versterken en impact kan vergroten. Documentairemakers Els van Driel en Eefje Blankevoort - met Blankevoort ook in de rol van impactproducent - volgden gevluchte jongeren aan de Europese buitengrenzen en legden de nadruk op het geweld dat zij ervaren. Klaas van Dijken van Lighthouse Reports verzamelde het beeldmateriaal dat aantoonde dat een deel van dit geweld systematisch werd uitgevoerd door de Kroatische politie. Jack Sapoch, activist bij No Name Kitchen en het Border Violence Monitoring Network, sloot zich aan om de jongeren direct te ondersteunen en mee te helpen het verhaal maatschappelijk te laten doorwerken. Samen vormden zij een internationaal netwerk van makers, onderzoekers en activisten dat informatie, expertise en actie combineerde om zowel bewustwording te creëren als beleidsmakers en het publiek te beïnvloeden.



Lighthouse Reports – blijven volgen tot het systeem beweegt

In Amsterdam laat Lighthouse Reports zien dat impact ook voortkomt uit vasthoudendheid. Hun uitgangspunt is simpel: de journalistiek mag niet stoppen bij publicatie. Hun jarenlange onderzoek naar Frontex, het Europese grensagentschap, bracht systematische mensenrechtenschendingen aan het licht. Via satellietbeelden, documenten en getuigenverklaringen reconstrueerde de redactie tientallen illegale terugduwacties op zee.

Wat is gedaan

- Educatieprogramma en socialmediacampagne opzetten
- Organisatie van workshops en dialoogmomenten met jongeren en beleidsmakers
- Integratie van de film in lesprogramma's over migratie

Wat is bereikt

- Honderden scholen gebruikten de film in de klas
- Jongeren organiseerden debatten over migratie
- Het onderwerp 'alleenstaande minderjarigen vreemdelingen' kwam opnieuw op de politieke agenda

Wat blijft te doen

- Verdere educatieve inzet en workshops
- Blijven volgen van beleidsreacties en implementatie



Virunga – van film tot bescherming

De documentaire Virunga liet zien hoe ver een verhaal kan reiken. In het Nationaal Park Virunga, in het oosten van Congo, volgen parkwachters dagelijks gewapende stropers en corrupte bedrijven om de laatste berggorilla's te beschermen. Tijdens de opnames ontdekte documentairemaker Orlando von Einsiedel dat Soco International illegaal probeerde te boren in het park. Samen met Human Rights Watch, Global Witness en lokale gemeenschappen documenteerde hij acht jaar lang wat er gebeurde en dit zorgde voor grote veranderingen.

Wat is gedaan

- Onafhankelijke documentaire en internationale campagne, onderbouwd met bewijs uit onderzoeksrapporten van ngo's waarmee werd samengewerkt.
- Publicatie en vertoning gericht op beleidsmakers en investeerders

Wat is bereikt

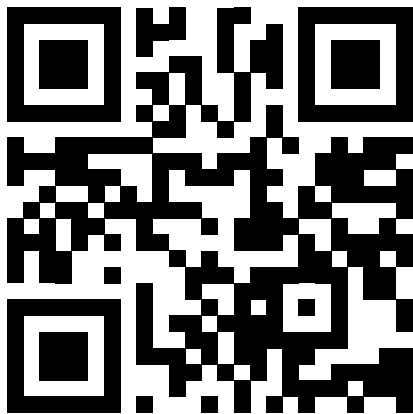
- Investeerders trokken zich terug uit Soco International
- Daardoor trok Soco International zich terug uit olie-exploratie in Virunga
- Extra financiering voor de Virunga Foundation en bescherming van berggorilla's, waardoor de lokale gemeenschappen een duurzaam inkomen en toekomstperspectief krijgen.
- Publieke en politieke bewustwording over natuurbescherming en mensenrechten

Wat blijft te doen

- Monitoren van naleving van milieu- en erfgoedregels
- Ondersteunen van lokale gemeenschappen bij duurzame projecten



Meer dan zestig voorbeelden van impactjournalistiek vind je in de Impact Library van de Impact Field Guide. Van lokale burgerinitiatieven tot internationale onderzoekscollectieven, elk laat zien hoe verhalen doorwerken wanneer makers samenwerken, vooruitdenken en verantwoordelijkheid nemen voor de effecten van hun werk. Scan de QR-code hiernaast om de bibliotheek te verkennen: een levend archief vol strategie, samenwerking en hoop voor journalistiek die ertoe doet.





Ivo Vaessens – Soulfirm

Als journalistiek de PFAS-crisis in Dordrecht zou stoppen: Hoe zou dat eruitzien?

Door Esmée van Loo

DORDRECHT - Elke zaterdag staan bewoners van Dordrecht en omliggende gemeenten voor de poort van Chemours. Met emmers modder, groenten en flesjes vervuild water in hun handen maken ze zichtbaar wat anders onzichtbaar blijft: hun grond, hun water, hun leven is besmet met PFAS: de zogenoemde ‘forever chemicals’. Ze vertellen hun verhalen al jaren, aan journalisten, politici en wie maar wil luisteren, maar echte verandering blijft uit. Hun boosheid, verdriet en volharding zijn tastbaar. En dan rijst de vraag: wat als journalistiek niet alleen verslaglegt, maar écht een verschil kan maken? Wat als de verhalen van deze bewoners de PFAS-ramp konden stoppen?

Wat is PFAS en waarom is het zo schadelijk? PFAS, voluit per- en polyfluoralkylstoffen, zijn een groep van duizenden chemische stoffen die sinds de jaren vijftig op grote schaal worden gebruikt in producten als pannen met antiaanbaklaag, regenkleding, blusschuim en voedselverpakkingen. Hun unieke eigenschap – dat ze vuil- en waterafstotend zijn – is ook hun grootste gevaar: PFAS breken vrijwel niet af in het milieu en hopen zich op in bodem, water en in het menselijk lichaam. Daardoor worden ze ook wel ‘forever chemicals’ genoemd.

Onderzoek toont aan dat blootstelling aan bepaalde PFAS samenhangt met gezondheidsproblemen zoals lever- en immuunsysteem-afwijkingen, verhoogd

cholesterol en zelfs kanker. Voor het milieu vormen deze stoffen een blijvend proces van vervuiling, van bodem tot oceaan, die zich ver buiten de fabriekspoort verspreidt. Volgens het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) zijn deze stoffen inmiddels overal in Nederland terug te vinden, in de bodem, het oppervlaktewater en zelfs in het bloed van mensen. In veel regio’s zijn de achtergrondwaarden hoger dan eerder gedacht. De Inspectie Leefomgeving en Transport (ILT) bracht in 2024 nieuwe meetresultaten naar buiten, waaruit bleek dat op 170 locaties in Nederland verhoogde PFAS-concentraties zijn gevonden onder meer rond Dordrecht, waar chemiebedrijf Chemours PFAS uitstoot.

PFAS vormen daarmee niet alleen een milieuprobleem, maar ook een vertrouwenscrisis: burgers vragen zich af wie hen beschermt tegen stoffen die nauwelijks te verwijderen zijn, en waarom die vervuiling zo lang heeft kunnen doorgaan.

De problematiek en de mensen. In Dordrecht wonen mensen die dagelijks geconfronteerd worden met de gevolgen van de uitstoot van Chemours. Voor hen is dit geen abstract dossier, maar een directe bedreiging voor hun leefomgeving. Sommige van hen wonen op nog geen 500 meter van de poorten van de fabriek. Ze dragen hoge concentraties PFAS in hun bloed; de moestuinen die ooit vol leven waren, liggen er nu kaal en verdord bij. De groenten zijn te giftig om nog te eten. Door borstvoeding geven moeders de giftige stoffen ongewild door aan hun kinderen, terwijl de kankercijfers stijgen en ze zelf niet eens meer in hun eigen plassen durven zwemmen door het vervuilde water van de fabriek.

Burgers aan het front: letterlijk en figuurlijk Elke zaterdag staan burgers voor de poort van Chemours, met emmers modder, groenten en flesjes vervuild water in de hand. Ze maken een vuist tegen de vervuiling die hun leefomgeving vergiftigt. Veel van hen hebben meerdere petten: gemeenteraadslid, lid van de Actiegroep Gezondheid voor Alles, of activist bij Stop PFAS Stop Chemours. Maar hun strijd stopt niet bij het protesteren: ze voeren publieke acties, leggen druk op overheden en beleidsmakers, en zetten zich onvermoeibaar in om hun gemeenschap te beschermen. Ook vertellen ze nu weer:

Karel Hij legt uit hoe hij het probleem symbolisch zichtbaar maakt. “Ik ben hier nou vanaf 2020 bij. Nadat iedere keer de emmertjes geleegd zijn, kom ik met een flesje water uit Papendrecht met leidingwater en dat sprenkel ik over die aarde heen,” zegt Karel Thieme. Hij hoopt met heel zijn hart dat Nederland zich realiseert dat dit geen lokaal probleem is. “Het is een nationaal probleem. Sterker nog, de rommel wordt gevonden tot op de Noordpool.”

Willy “We hebben nog heel wat op te ruimen,” broemt hij, terwijl hij uitkijkt over de vervuilde terreinen. “Maar we gaan wel pas opruimen als de kraan dicht is. Het heeft geen zin om te dweilen als de kraan nog loopt.” Willy Sweers benadrukt dat goede regels belangrijk zijn. “Ik ben niet tegen regels, maar wel voor goede regels die maken dat fabrieken goed produceren en fijne producten maken zonder de omgeving te vervuilen.”

Boudewijn “Ik wil hier blijven wonen en ik laat me niet wegpesten door een fabriek. Die zorgt ervoor

dat onze leefomgeving niet meer leefbaar wordt, vertelt de Boude Brandwijk. De twintiger vervolgt: “Dat we bijvoorbeeld niet meer in zwemplassen kunnen zwemmen omdat de PFAS-normeringen te hoog zijn. Ik wil hier gewoon kunnen werken, wonen en recreëren.”

Meta Ze woont op 500 meter afstand van de toegangspoorten van Chemours. Ze verloor meerdere familieleden en haar man aan kanker. Ook kreeg Meta Kamphuis zelf darmkanker en denkt wel zeker te weten wat de veroorzaker is: “Toen ik zeventien, achttien jaar was, verloor ik mijn vader en mijn moeder aan kanker. In 2020 kreeg ik zelf darmkanker. Een half jaar later stierf mijn man aan kanker. Het jaar erop kreeg mijn zus kanker. Dan zou je denken: het zit in de familie, maar het is gecontroleerd, het is niet erfelijk. Dus dan ga je nadenken, waar kan het dan wel door komen? En ik denk door de PFAS-uitstoot.”

Jan Strijdbaar kijkt Jan de Keizer voor zich uit in zijn knalgeel shirt waarop staat ‘STOP PFAS NU’. Hij vindt dat Chemours geen vergunning meer moet krijgen. “Geen nieuwe vergunning meer, en met de oude vergunningen een tijdsplan maken waarin de uitstoot heel snel naar nul gaat. En laat ze beloven dat ze opruimen wat ze hier tientallen jaar vervuild hebben. Dat is wat de overheid moet doen.”

Dordtse klokkenluider Ruben Schilt Hoewel hij niet bij de poorten van Chemours protesteert, zijn zijn acties op hetzelfde doel gericht. Stop PFAS-vervuiling. In september 2023 bracht als toen 23-jarige PvdA-raadslid een geheim schikkingsvoorstel van Chemours, aan gemeente Dordrecht, aan het licht. Uit de gelekte

Strafrechtadvocaat Bénédicte Ficq staat deze burgers juridisch bij. Voor ruim tweeduizend mensen doet ze massa-aangifte tegen de leidinggevenden van de PFAS-producent Chemours. Als de zaak doorgang vindt bij het Openbaar Ministerie, kan het topmanagement een jarenlange gevangenisstraf boven het hoofd hangen: een zeldzaamheid in zaken tegen grote vervuilers. In gesprek met Follow the Money verklaart Ficq: “Ik wil ceo’s erop wijzen dat het niet normaal is dat je je omgeving ziek maakt.”

notulen bleek dat Chemours door hun vervuilde grond zou saneren, mits de gemeenten geen nieuwe claims zouden indienen voor toekomstige schade, zelfs niet als Chemours door de rechter hiervoor verantwoordelijk gehouden zou worden. Uit een vertrouwelijke brief van het College van B&W aan de raadsleden blijkt dat de gemeenten aanvankelijk het originele aanbod van Chemours hebben afgewezen, maar wel het gesprek zijn aangegaan met Chemours over opruimen van vervuilde gronden en de voorwaarden die daaraan gesteld kunnen worden door Chemours.

>> lees verder



Ruben voelde zich moreel verplicht deze informatie te delen met het publiek. Hij vindt dat iedereen recht heeft op transparantie over de afspraken rond de vervuiling in de leefomgeving.. Zijn actie leidde tot een juridische storm. Maar niet tegen de vervuiler. Er werd aangifte tegen Ruben gedaan wegens schending van geheimhouding en een onderzoek door het Openbaar Ministerie werd gestart. Ook hij werd bijgestaan door advocate Benedict Ficq en kwam hij er met een geldboete vanaf. Met die boete op zak staat Ruben nu midden in het spanningsveld tussen klokkenluiderschap, lokale politiek en het milieu. “Het meest absurde vind ik nog steeds de geheimhouding die op de stukken is gelegd. Dit was naar mijn mening vooral een trucje om de gemeenteraad medeplichtig te houden aan de gesprekken over welke oplossing de gemeente met Chemours zou treffen ,” zegt Ruben. Er staat niets in de stukken wat Chemours niet weet vervolgt hij. Alle informatie in de stukken is ook bekend bij Chemours. Het is gewoon absurd.”

Geheimhouding

Door een geheimhouding erop te leggen werd de gemeenteraad onderdeel van het schikkingsproces volgens Ruben: “Ik denk dat ze met ons, de gemeenteraadsleden, de communicatiestrategie naar buiten wilden bepalen. Gemeente Dordrecht vindt namelijk het economisch belangrijk dat het bedrijf blijft bestaan.Terwijl de hele schikking erop neerkomt dat de gemeente probeert samen te werken met een bedrijf dat de omgeving kapot heeft gemaakt, waardoor mensen kanker krijgen en vroegtijdig doodgaan.” Ruben vond dit onverteerbaar en wilde dat alle inwoners hiervan op de hoogte waren.

Ruben vertelt dat de gesprekken over een schikking met Chemours nog altijd voortduren, al hebben ze inmiddels een andere vorm gekregen. Het schikkingsgeld is ondergebracht in een fonds dat de taak heeft om eindelijk de vervuilde grond op te ruimen.

Voor Ruben wil nu vooral beweging te creëren buiten het politieke systeem. “Binnen de raad heb ik echt gedaan wat ik kon. Maar pas daarbuiten, als je echt laat zien dat je als beweging verandering wilt, kan je echt verandering brengen. Dus het liefst zou ik me daar continu mee bezig houden, maar ik moet ook gewoon werken,” lacht hij.

Wetenschapsjournalist Thomas Goorden

Aan de andere kant van de grens volgt Thomas Goorden sinds 2021 het PFAS-dossier. Door interne documenten en correspondentie te onderzoeken, onthulde hij een geheime deal tussen het bedrijf 3M in de Antwerpse haven en de overheid. Dankzij de publicatie van deze stukken mocht 3M geen ‘beschermingswal’ met groot hek tegen inbrekers naast de fabriek aanleggen. Die wal zou voornamelijk bestaan uit door PFAS vervuilde grond, die de omgeving ernstig had kunnen bedreigen.

“Het idee was eigenlijk dat al de PFAS-vervuilde grond uit het nabijgelegen tunnelproject daar gewoon op werd gestort zonder de noodzakelijke vergunningen,” vertelt Goorden terwijl hij wijst naar een leeg stuk terrein op het 3M-gebied. “Het onwettige plan struikelde volledig bij de Raad van State. Ze hebben de tunnelgrond moeten saneren, dus dat was een van de grootste milieuovertredingen in Vlaanderen in jaren.” In de Antwerpse haven, waar de fabriek van 3M ligt, werkt de Belgische overheid al jaren aan de nieuwe Scheldetunnel, een megaproject. Het bedrijf heeft uiteindelijk zijn PFAS-productie helemaal stilgelegd, Thomas meent dat zijn publicaties daar mede aan bij hebben gedragen. De zaak heeft ook een grote persoonlijke impact gehad voor Thomas. “Het heeft mijn leven helemaal overhoop gehaald. Ineens kende iedereen mijn naam en laten we zeggen dat de grote chemiejongens, maar ook de overheid niet blij met mij waren. Maar ook ik heb er vrede mee. Wij zijn een apart ras, maar als we iemand tegenkomen van een bedrijf hier in de haven of uit de administratie dan kennen ze allemaal mijn naam en weten ze wat ik gedaan heb.”

Thomas benadrukt de omvang van het probleem: “Het is niet alleen Dordrecht of Antwerpen. Het is een nationaal en zelfs internationaal probleem. De productie van PFAS moet wereldwijd stilgelegd worden.”

Thomas onderhoudt nauwe contacten met de actieve burgers voor de poort van Chemours, maar zijn focus stopt niet bij onze landsgrenzen. In een nieuw, grensoverschrijdend onderzoek bracht hij samen met Italiaanse collega's aan het licht dat een PFAS-fabriek in Italië, het epicentrum van een milieuramp, recent werd ontmanteld, verkocht, verplaatst en opnieuw opgebouwd in India. Daar produceert de fabriek opnieuw de giftige “forever chemicals”.

De bevindingen van Thomas werpen een scherp licht op de manier waarop chemische bedrijven opereren en vragen om urgente aandacht voor wereldwijde chemische regelgeving, de verantwoordelijkheid van bedrijven en de export van milieugevaren naar landen met minder toezicht. Met zijn werk laat Thomas zien dat PFAS-problematiek niet stopt bij nationale grenzen, en gedegen onderzoeksjournalistiek cruciaal is om deze wereldwijde milieudreiging bloot te leggen.

“PFAS is te belangrijk om te negeren, maar door de complexiteit en het lobbygeweld kijken instanties vaak weg. Het is cruciaal dat de vervuiling en de invloed van bedrijven die massaal mens en omgeving vergiftigen voortdurend in het publieke debat blijven, zodat de overheid eindelijk verantwoordelijkheid neemt.”

- Ruben Schilt, Dortse klokkenluider

De potentie van journalistiek en impactproductie

Samen strijden, maar vaak apart

Wat burgers, klokkenluiders en journalisten bindt, is hun motivatie en volharding. Toch werken ze vaak op hun eigen eiland. Wat ontbreekt is een manier om verhalen structureel door te laten resoneren, zodat feiten en persoonlijke verhalen niet alleen zichtbaar zijn, maar ook tot verandering leiden.

Waar de journalistiek stokt, kan impactproductie verbinden. Kleine redacties als Pointer, Follow the Money en Zembla laten zien hoe belangrijk onderzoeksjournalistiek is. Hun reportages over Chemours en de PFAS-vervuiling onthullen misstanden die anders in stilte zouden blijven bestaan. Maar ook zij dragen steeds vaker meer dan haalbaar is: te weinig



mensen, te weinig tijd, te weinig lucht. Veel journalisten blijven uit persoonlijke betrokkenheid contact houden met bewonersgroepen of experts, maar doen dat in hun vrije tijd. Niet dankzij het systeem, maar ondanks het systeem.

Precies dáár kan impactproductie het verschil maken: als verbindende schakel tussen journalistiek, samenleving en verandering. Zo worden losse verhalen onderdeel van een langlopend dossier, waarin data, lokale kennis en menselijke verhalen elkaar aanvullen en blijven voeden. Impactproductie zorgt ervoor dat inspanningen niet versnipperen, maar elkaar versterken. Dat burgers, klokkenluiders, journalisten, advocaten en maatschappelijke organisaties samenwerken aan één strategische route van verhaal naar verandering. Het vult de gaten die het journalistieke systeem laat vallen, zonder de onafhankelijkheid van de journalistiek aan te tasten.

Het PFAS-dossier laat zien waarom die verbinding zo hard nodig is, want er is nog weinig verandert. Terwijl burgers en onderzoeksredacties het verhaal levend houden, trekken de grote media zich na de piek van aandacht terug. Wat ontbreekt, is continuïteit: de lange adem die nodig is om beleid te volgen, machtsstructuren bloot te leggen en burgers te betrekken bij het vervolg.

Imagine

Stel je voor dat de verhalen van de activistische burgers, klokkenluider Ruben en wetenschapsjournalist Thomas onderdeel worden van een gecoördineerde impactstrategie. Dat er campagnes worden opgezet die niet alleen informeren, maar ook beleid beïnvloeden. Dat bewoners van Dordrecht rechtstreeks in gesprek gaan met beleidsmakers, dat de GGD aandacht besteedt aan ziektebeelden die kunnen bestaan door PFAS vervuiling, dat scholen lespakketten ontwikkelen over PFAS en waar het allemaal voor gebruikt wordt, dat journalisten samen optrekken met advocaten om bedrijven verantwoordelijk te houden en betere wetgeving te krijgen, dat beleidsmakers en ceo's van vervuilende bedrijven gaan luisteren. En dat dit slechts het begin is.

Hoe gaan we opruimen?

Impactproductie kan concrete doelstellingen formuleren, zoals het saneren van vervuilde grond en water rondom Chemours, het afdwingen van schone productie zonder PFAS via regelgeving, compensatie voor getroffen gezinnen, het juridisch verantwoordelijk houden van leidinggevenden voor de vervuiling, het creëren van publieke druk op overheden om toezicht te versterken, het aanbieden van toegespitste gezondheidszorg in de zwaarst vervuilde gebieden en ervoor zorgen dat kennis uit onderzoek en journalistiek terechtkomt bij degenen die daadwerkelijk verandering



kunnen afdwingen.

Heldere rolverdeling tussen journalist en veranderaar

Om deze doelstellingen systematisch vorm te geven, is een duidelijke rolverdeling nodig. Bewoners delen persoonlijke verhalen, lokale kennis en relevante medische data. Klokkenluiders brengen cruciale informatie boven water die anders verborgen zou blijven. Journalisten onderzoeken, publiceren en maken feiten publiek, terwijl advocaten zorgen voor het juridische deel en nieuwe rechtspraak stimuleren. Binnen redacties bewaken impactredacteuren de strategie en maatschappelijke relevantie; zij houden zicht op wie bereikt moet worden en welke kennispartners nodig zijn, en zorgen dat impactdenken structureel onderdeel wordt van het PFAS-dossier.

Van strategie naar actie

Impactproducenten zetten deze strategie vervolgens om in concrete acties door de verschillende rollen en doelen met elkaar te verbinden tot één samenhangende aanpak. Zij organiseren publieksbijeenkomsten, buurtgesprekken en evenementen voor de juiste doelgroepen, betrekken kennispartners uit onder meer de gezondheidszorg en wetenschap, en leggen directe contacten met beleidsmakers en besluitvormers. Zo vertalen zij maatschappelijke doelen als sanering, regelgeving, compensatie, aansprakelijkheid, toezicht, toegankelijke zorg en kennisdeling naar een gecoördineerd actieplan, waarbij bewonersverhalen, onderzoeksjournalistiek en juridische stappen elkaar versterken. Door publieke druk te organiseren, kennis toegankelijk te maken en beleid te beïnvloeden, zorgen impactproducenten dat feiten, verhalen, recht en besluitvorming op elkaar inwerken en leiden tot meetbare maatschappelijke verandering.

Zo wordt journalistiek een motor van verandering

Door deze rolverdeling ontstaat een gecoördineerde aanpak: verhalen en data van burgers en journalisten komen samen, acties worden doelgericht uitgevoerd en de resultaten (zoals sanering, schone productie, compensatie en versterkte gezondheidszorg) worden meetbaar. Impactproductie creëert zo een duurzame verbinding tussen verhaal, publiek en daadwerkelijke verandering, terwijl de journalist onafhankelijk verhalen over dit onderwerp kan blijven maken. De impactredacteur en de impactproducenten zijn bezig met strategie, terwijl de journalist zich richt op het verhaal over PFAS.

In dit scenario ontstaat een levend dossier waarin verhalen, cijfers, wetenschappelijke kennis en menselijke ervaringen elkaar versterken. Zo ontstaat een voortdurende cyclus: van onderzoek naar publicatie, van publicatie naar actie, en van actie terug naar nieuw onderzoek. Het PFAS-probleem wordt niet alleen gedocumenteerd, maar actief aangepakt - een blauwdruk voor toekomstig milieujournalistiek en impactgericht werk.

Verhalen die milieuzaken hard aanpakken zijn geen luchtkastelen

De impact van verhalen ontstaat door volharding en samenwerking. In *Dark Waters*, de film van Todd Haynes uit 2019, gebaseerd op het waargebeurde verhaal van advocaat Robert Bilott en de boer Wilbur Tennant die hem op het spoor zette van de vervuiling. In de film ontdekken we

hoe DuPont het grondwater in Parkersburg, VS, had vergiftigd met PFOA, waardoor duizenden mensen ziek werden. Het verhaal kreeg aanvankelijk bekendheid door journalisten, waaronder een uitgebreid artikel in *The New York Times Magazine*, dat de omvang van de PFAS-problematiek aan een breed publiek liet zien. Bilott's decennialange juridische strijd leidde uiteindelijk tot een schikking van 671 miljoen dollar en zette de Amerikaanse overheid ertoe aan strengere regels voor PFAS in drinkwater vast te stellen.

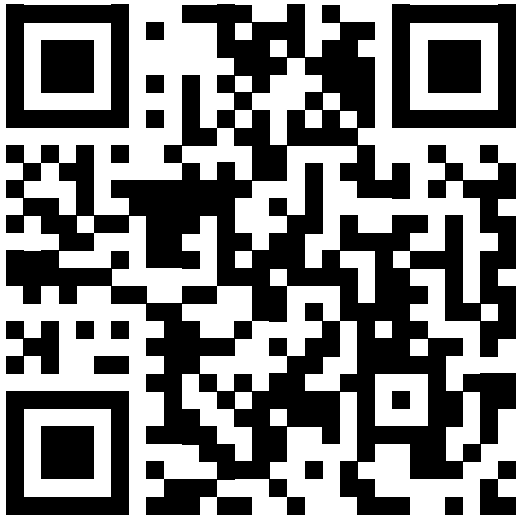
Even krachtig laat de documentaire *Arica* zien hoe giftig afval van het Zweedse mijnbedrijf Boliden in 1984 naar Chili werd verscheept en daar desastreuze milieuschade veroorzaakte. De lokale bevolking werd blootgesteld aan zware metalen en andere toxische stoffen, zonder dat de bedrijven of overheden adequaat toezicht hielden of compensatie boden.

De impactstrategie achter *Arica* werd ontwikkeld door impactstrategie Nicole van Schaik (destijds bij Doc Society) in samenwerking met impactproducenten Andy Jones en Ellie Smit van Radio Film, de documentairemakers Lars Edman en William Johansson Kalén, producent en onderzoeksjournalist Andreas Rocksén, de bewoners, advocaten, activisten en een reeks kennispartners. Dankzij hun gezamenlijke inspanningen kwam er een VN-onderzoek dat regeringen tot verantwoording dwong. Net zoals je een dorp nodig hebt om een kind op te voeden, heb je een gemeenschap nodig om verandering mogelijk te maken. Deze groep liet zien dat een gezamenlijke aanpak werkt.

Beide cases tonen dat verandering ontstaat door ketens van actie: burgers, journalisten, advocaten, filmmakers en beleidsmakers die elkaar versterken. Niet één verhaal, maar voortdurende actie, strategisch verbonden en breed gedeeld, kan ook in Nederland het verschil maken en de PFAS-crisis daadwerkelijk in beweging zetten.

Durf te zorgen dat verslaglegging niet slechts constateert, maar daadwerkelijk verandering teweegbrengt. De PFAS-ramp wacht niet. Wie anders, als niet wij?

Wil je zien wie er hard knokt voor een betere leefomgeving in Dordrecht en omgeving? Die video vind je hier:





Portretreeks: De architecten van verandering

Wie zijn de impactproducenten en editors die journalisten helpen hun publiek te bereiken, te betrekken en te activeren?

Door de redactie

Steeds meer redacties en makers zoeken manieren om hun verhalen echt te laten landen. Impactproducenten en impacteditors weten hoe dat kan. Zij vergroten publieksbetrokkenheid, organiseren gesprekken rond verhalen en verbinden journalistiek met gemeenschappen, beleid en actie. Ze denken als verhalenmakers, werken als producenten en bouwen netwerken waar verhalen effect krijgen. In deze reeks portretten – van India tot Vlaanderen – leer je vijf van hen kennen: architecten van verandering die laten zien hoe verhalen macht kunnen kantelen, zorg en verzet strategie worden, verhalen in gemeenschappen wortelen, samenwerking democratie versterkt en journalistiek echte maatschappelijke verandering teweegbrengt.

>> lees verder



De strategische journalist: Miriam Wells

over hoe onderzoek macht kan verschuiven



Tussen macht, impact en verantwoordelijkheid: over journalistiek als systeeminterventie.

Gebaseerd op een interview met Miriam Wells en haar publicaties over impactgedreven journalistiek.

Wat gebeurt er met een verhaal nadat het gepubliceerd is? Voor veel redacties stopt het werk daar. Voor Miriam Wells, impact- en strategie-editor bij *The Examination* in het Verenigd Koninkrijk, begint het dan pas. “Impactproductie,” zegt ze, “is gewoon zorgen dat journalistiek doet wat het hoort te doen.”

Wells geldt internationaal als pionier van impactgedreven journalistiek. Waar redacties denken in publicaties, clicks en bereik, denkt zij in effect: wat verandert er dankzij ons werk? Welke machtsstructuren verschuiven? Wie heeft hier iets aan?

Journalistiek met een plan
Bij *The Examination* – een non-profit onderzoeksredactie die de invloed van bedrijven op de volksgezondheid onderzoekt en verhalen maakt die gemeenschappen sterker maken – werkt Wells op de snijrand van onderzoek en strategie. Vanuit Londen coördineert ze een wereldwijd netwerk van verslaggevers en partners. Haar opdracht: zorgen dat verhalen niet alleen gelezen worden, maar ook gebruikt worden.

Voor haar is impact geen marketinginstrument, maar een kompas. Ze schuift aan bij redactievergaderingen, denkt mee over

onderwerpkeuze en vraagt bij elk idee: wie wordt hierdoor geraakt, en wat kan onze journalistiek voor hen betekenen? “Veel redacties meten pas achteraf wat hun werk heeft opgeleverd, wanneer het al te laat is,” zegt ze. “De vraag moet al aan het begin op tafel liggen: wat is het doel van dit onderzoek, en wie moet het zien om verschil te maken?”

Zo ontwikkelt de journalist zich van waarnemer tot architect van maatschappelijke betekenis. Niet door activisme, maar door bewuste strategie.

Van bereik naar betekenis
In haar artikel *4 Lessons from 4 Years as an Impact Editor* beschrijft Wells hoe bereik niet gelijkstaat aan verandering. “Een verhaal kan miljoenen mensen bereiken, zonder dat er iets verandert.”

Ze onderscheidt vier lagen van impact: bewustwording, agendering, beleidsverandering en structurele verschuiving. Bij die laatste verschuift macht van veroorzaker naar getroffen gemeenschap.

Echte verandering ontstaat volgens haar door relaties op te bouwen tussen redacties, maatschappelijke partners en de gemeenschappen over wie wordt bericht. Daarom werkt ze met voorpublicatie gesprekken, toegankelijke data en langdurige relaties met betrokken groepen.

Verhalen maken met de betrokkenen
Wells werkte eerder bij The Bureau of Investigative Journalism (TBIJ), waar ze als eerste binnen de redactie de rol van impact-editor vorm gaf. Daar leidde ze het project *Is Work Working?*, een publieksonderzoek naar de toekomst van werk.

TBIJ nodigde mensen in het hele Verenigd Koninkrijk uit om ideeën aan te dragen over onzeker werk. Uit tientallen inzendingen selecteerde de redactie tien voorstellen voor een Ideas Lab: een online workshop waarin journalisten, burgers en werkers samen onderzoeksideeën verder ontwikkelden.

Tijdens dat Ideas Lab kwamen meerdere suggesties over app-gebaseerd koerierswerk naar voren. Een groep Deliveroo-bezorgers werkte vervolgens met TBIJ-journalisten samen om dat idee uit te bouwen tot een gezamenlijk onderzoek. De bezorgers verzamelden eigen data over werktijden en inkomsten, hielden dagboeken bij en dachten mee over de analyse. “Zonder de getroffen koeriers zou dit verhaal niet mogelijk zijn geweest,” zegt Wells.

Het onderzoek bracht aan het licht dat sommige bezorgers minder dan £2 per uur verdienen en werden aangestuurd via algoritmen. De publicatie werd door honderden media opgepikt, leidde tot vragen van investeerders en parlementariërs, en beïnvloedde het publieke debat over platformwerk.

Volgens Wells laat dit zien dat impact niet alleen in cijfers te vangen is: journalistiek krijgt betekenis wanneer kennis gedeeld eigendom wordt van de mensen over wie het gaat.

Lucht voor iedereen
Ook hielp Wells bij TBIJ mee aan een impactstrategie voor een onderzoek naar hoe grote zuurstofproducenten tijdens de coronapandemie recordwinsten boekten, terwijl ziekenhuizen in Afrika en Azië kampten met ernstige tekorten. De relaties die ze opbouwde met betrokkenen leidde tot briefings op maat met ministers, maatschappelijke organisaties en de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO). Dat zette de oprichting in gang van een internationale werkgroep die de marktstructuur van medische zuurstof onderzoekt en streeft naar een eerlijker mondiale toegang. Volgens Wells is een verhaal pas echt af wanneer het zijn publiek bereikt en begrepen wordt.

Impact als kern
De term “impactjournalistiek” roept soms vragen op over onafhankelijkheid. Volgens Wells moet journalistiek onafhankelijk blijven van belangen en tegelijk verbonden zijn met mensen. “We zijn er om macht te controleren en gemeenschappen te informeren,” zegt ze.

Voor Wells is impact geen innovatie, maar een terugkeer naar de oorspronkelijke missie van journalistiek: macht bevragen, onrecht tonen en verandering mogelijk maken.

De toekomst van impactjournalistiek
Wells ziet een toekomst waarin impactredacteuren net zo vanzelfsprekend zijn als hoofdredacteuren of datajournalisten. Ze pleit voor meer inzicht van nieuwsredacties in hun rol binnen het bredere ecosysteem van maatschappelijke verandering en bouwt samenwerkingen op met academici, onderzoekers en maatschappelijke organisaties. Ook vraagt ze om eerlijkheid over resultaten. “Niet elk verhaal leidt tot verandering,” zegt ze. “En dat is prima, zolang we begrijpen waarom.” Ondanks groeiend wantrouwen in media blijft ze hoopvol: mensen verlangen nog steeds naar verhalen die ertoe doen. Journalistiek moet volgens haar niet alleen raken, maar ook iets in beweging zetten. Daar ligt de essentie van het vak: macht begrijpen en weten hoe die verschuift.



De zorgzame strateeg: Vanessa Cuervo

over zorg als strategie voor verandering



een gemeenschap die zichzelf herkent, een jongere die besluit iets te veranderen.” “Dat is impact.” Wat voor haar telt, is dat samenwerking de onafhankelijkheid niet ondermijnt. “Een journalist hoeft geen activist te worden,” zegt ze. “Het gaat erom dat je strategisch nadenkt over wie je wilt bereiken en waarom.”

Van vrede naar verbeelding

Cuervo's praktijk is geworteld in Colombia's geschiedenis van conflict en herstel. Tijdens het vredesproces werkte ze mee aan *Historia en Kilómetros* (*Geschiedenis in kilometers*), een reeks korte films die samen met getroffen gemeenschappen werden gemaakt. De films gingen over herinnering, waarheid en verzoening. De première vond niet plaats in de hoofdstad, maar in Tierra Grata, een vredeszone waar voormalige strijders en burgers probeerden samen opnieuw te beginnen. Er waren geen zalen of rode lopers, wel een geïmproviseerd scherm, plastic stoelen en families die hun verleden deelden.

Over hoe empathie en infrastructuur samen duurzame verandering mogelijk maken.

Gebaseerd op een interview met Vanessa Cuervo.

Wat gebeurt er met een verhaal als het mensen echt raakt? Voor Vanessa Cuervo, impactstrateeg, danser en creatieve veranderaar uit Bogotá, begint dan het echte werk. “Impactproductie is het activeren van de kracht van verhalen om sociale verandering mogelijk te maken,” zegt ze. Een goed verhaal raakt volgens haar eerst het hart - niet via data maar via emotie - en kan mensen aanzetten tot actie. Impactproductie zet die emotie om in beweging.

Een ander ritme van verandering

Voor Cuervo is impact geen eindpunt, maar een voortdurende beweging. Haar achtergrond als danseres bepaalt haar benadering: intentie, ritme en samenwerking. “Dans leerde me luisteren met mijn hele lichaam,” zegt ze. “Impactstrategieën vragen hetzelfde: intentie, ritme en samenwerking.” In dat ritme vindt ze de kern van verandering: beweging die verbindt en voortduurt.

De brug tussen scherpste en gevoel

Cuervo werkt in Latijns-Amerika met de stichting Doc Society* en ondersteunt documentairemakers als impact producer en -strateeg. Ze helpt hen hun doelen en doelgroepen scherp te krijgen en vertaalt dat naar strategie. “Het gaat niet om zoveel mogelijk publiek,” zegt ze. “Het gaat om het juiste publiek: een beleidsmaker die luistert,

Wat journalistiek hiervan kan meenemen

Impactproductie kan journalistiek versterken door verhalen duurzaam effect te geven. Het vraagt om nadenken over wie bereikt moet worden, via welke routes en met welke partners. “Impactproductie kan journalisten helpen hun werk meer betekenis geven,” zegt Cuervo. “Het helpt hen nieuwe doelgroepen te bereiken en zorgt dat verhalen langer doorleven bij de mensen die er echt iets mee kunnen doen.”

** Doc Society is een non-profitorganisatie die wereldwijd samenwerkt met visionaire documentairemakers om moedige, onafhankelijke verhalen met sociale impact te realiseren. Ze biedt financiering, begeleiding en netwerkkansen aan makers die de wereld willen veranderen met hun werk. De organisatie geldt als grondlegger van het vak en de term impactproducent: ze co-creëerde de wereldwijde Impact Field Guide, trainde de eerste generatie impactproducenten op elk continent en was aanjager van de Global Impact Producer Alliance (GIPA). Daarmee heeft Doc Society het fundament gelegd voor de wereldwijde impactdocumentairebeweging.*

“De tegenkrachten hebben veel infrastructuur,” zegt Cuervo. “Wij moeten die ook bouwen.”



De sociale impactstrateeg: Wanja Emily

over verhalen die beginnen bij de gemeenschap



doel,” zegt ze. “Maar omdat je met verschillende partijen werkt, kost het tijd om perspectieven op elkaar af te stemmen.” “Dat hoort bij het proces en dat leidt tot waardevolle ontdekkingen en begrip.”

Een van haar bekendste projecten is de impactcampagne *We Can Fight Climate Change* rond de documentaire *Thank You for the Rain*. De film volgt de Keniaanse boer en klimaatactivist Kisilu Musya, die de gevolgen van droogte en overstromingen documenteert en uitgroeit tot internationale stem voor klimaatrechtvaardigheid. De impactcampagne verbond lokale screenings aan beleidsdialogen in Kenia en op COP-bijeenkomsten, bracht boerenorganisaties samen en droeg bij aan aanpassingen in lokale klimaatplannen. Voor Emily laat dit zien hoe een verhaal kan uitgroeien tot collectieve actie.

In haar aanpak is de gemeenschap altijd het uitgangspunt. Ze zoekt naar “hoe de kracht van een verhaal kan worden gebruikt om een behoefte of ambitie van de gemeenschap te ontdekken.”

Van journalistiek naar samenwerking

Emily werkt regelmatig met journalisten in Afrika om verhalen verder te brengen dan publicatie. “Al dat werk en maanden van onderzoek: wat gaan we ermee doen? Het is zo waardevol,” zegt ze. “Journalisten zouden dieper kunnen kijken en nadenken over andere mensen die rond dat onderwerp werken.”

Ze vertelt over de Lesothaanse journalist Pascalinah Kabi, die onderzoeksjournalistiek koppelde aan gemeenschapswerk. Kabi vertaalde haar reportages over water en milieu in de lokale taal en verspreidde ze via WhatsApp en dorpsbijeenkomsten, zodat mensen ze konden lezen en bespreken. Voor Emily is dat impact in actie: een verhaal dat terugkeert naar de mensen over wie het gaat en hen versterkt.

Impact als ecosysteem

Ze maakt een duidelijk onderscheid tussen impactproductie en public relations. “PR draait om imago. Impact draait om resultaat: voor wie zou deze verandering ertoe doen? Het gaat om de kracht van verhalen om empathie en dieper begrip te creëren. En voor wie is dat belangrijk? Voor mij zijn dat de gemeenschappen die het dichtst bij het probleem staan.”

Co-creatie vraagt om zorg, tijd en wederkerigheid. Emily ziet samenwerking als een proces dat alleen werkt wanneer vertrouwen wordt opgebouwd en makers verantwoordelijkheid nemen voor wat hun verhalen teweegbrengen - niet alleen bij publicatie, maar ook daarna. Journalistiek neemt volgens haar vaak meer dan ze teruggeeft:

informatie, emoties en tijd. Impactproductie probeert dat evenwicht te herstellen door te vragen wat er wordt teruggegeven aan de mensen over wie verhalen gaan.

Wat redacties hiervan kunnen leren

Veel redacties zien impact nog als iets dat pas speelt na publicatie. Emily draait dat om: start met impact. Onderzoek eerst of een verhaal waarde heeft voor de gemeenschap waar het over gaat. Een verhaal betekent pas iets als het ook iets verandert voor de mensen die erin voorkomen. Journalistiek wordt volgens haar sterker en relevanter wanneer journalisten structureel samenwerken met gemeenschappen, onderzoekers, beleidsmakers en maatschappelijke organisaties.

Naar gedeeld eigenaarschap

Emily beschouwt impact niet als iets dat je meet in cijfers of bereik, maar als een werkwijze waarin zorg en strategie samenkomen. Verandering ontstaat wanneer gemeenschappen actief meewerken en hun kennis onderdeel wordt van het proces. “Het gaat er niet om hoe wij eruitzien,” zegt ze. “Het gaat erom wie er baat heeft bij dit verhaal.” Volgens haar ligt de toekomst van impact in het bouwen van netwerken die kennis delen, middelen verbinden en verandering duurzaam maken - een continu proces van relaties die zich blijven ontwikkelen.

** Doc Society is een non-profitorganisatie die wereldwijd samenwerkt met visionaire documentairemakers om moedige, onafhankelijke verhalen met sociale impact te realiseren. Ze biedt financiering, begeleiding en netwerkkansen aan makers die de wereld willen veranderen met hun werk. De organisatie geldt als grondlegger van het vak en de term impactproducent: ze co-creëerde de wereldwijde Impact Field Guide, trainde de eerste generatie impactproducenten op elk continent en was aanjager van de Global Impact Producer Alliance (GIPA). Daarmee heeft Doc Society het fundament gelegd voor de wereldwijde impactdocumentairebeweging.*

“PR draait om imago. Impact draait om resultaat: voor wie zou deze verandering ertoe doen?”



De strategische documentairemaker: Khushboo Ranka

over hoe documentaire systemen kan kantelen



vertonen.” Mensen verlaten traditionele media door de Indiase censuur en zoeken hun informatie meer dan ooit online.

Impactproductie is voor haar geen aanvulling maar een voorwaarde voor bereik. “Het is een strategische manier om een documentaire zijn publiek te laten vinden,” zegt ze. Een impactcampagne bepaalt wie het verhaal moet zien en wie verandering kan helpen realiseren.

An Insignificant Man als stresstest

De documentaire volgt de opkomst van Arvind Kejriwal en de Aam Aadmi Party - een burgerbeweging die uitgroeit tot politieke kracht in Delhi. Ranka en haar team legden het ontstaan van een nieuwe democratische dynamiek vast van binnenuit: chaotisch, hoopvol en confronterend.

Toen de Indiase censuurcommissie weigerde de documentaire goed te keuren, vocht Ranka dat besluit aan bij de rechter. De censuurcommissie beslist niet alleen wat er op televisie uitgezonden wordt, maar ook in het lokale kerkzaaltje of het buurthuis. De filmmaker gooide de documentaire in de tussentijd al op Youtube waar het miljoenen views haalde. Door dit succes en (internationale) druk die er ontstond won Ranka de rechtszaak en mocht haar film getoond worden De uitspraak werd een precedent voor vrije expressie in politieke non-fictie. Via crowdfunding, filmclubs en YouTube vond de documentaire miljoenen kijkers en bewees dat impactproductie niet alleen verhalen verspreidt, maar ook structurele verandering kan afdwingen. *An Insignificant Man* werd zo meer dan een documentaire. Het werd een strategisch traject dat juridische ruimte creëerde, nieuw publiek bereikte en een duurzaam ecosysteem voor onafhankelijke makers in India op gang bracht.

Impact als strategie

Voor Ranka is impactproductie een manier van denken, niet van promotie. “Journalistiek is een publieke dienst. Het is een publiek goed,” zegt ze. Volgens haar moeten makers en redacties doelgericht nadenken over bereik. “We moeten bewust nadenken over voor wie we dit werk doen, en wie de begunstigden zijn van dit soort journalistiek en van informatie en uitzendingen.” Impactcampagnes helpen herdefiniëren hoe verhalen hun publiek vinden en welke verandering ze kunnen aanjagen.

Samenwerken als kern

Ranka ziet verwantschap tussen journalistiek en impactproductie. “We werken naar hetzelfde doel, alleen ons tempo verschilt.” De relatie tussen maker en impactproducent beschrijft ze als een diepe samenwerking waarin intenties worden gedeeld, strategie wordt ontworpen en het verhaal

zelfstandig leert leven. “In een ideale situatie,” zegt ze, “zou het verhaal een eigen leven moeten leiden, onafhankelijk van de journalist.”

Publieke zaak, geen PR

Impactproductie wordt vaak verward met marketing. Voor Ranka is het verschil fundamenteel. “Reclame wil iets verkopen, soms met een element van misleiding,” zegt ze. “Impactproductie gaat juist om bewust en doordacht werken aan collectieve verandering: nadenken over wie we aanspreken en waarom.”

Haar werkprincipes voor impact

Uit haar ervaring als maker en impactproducent ontwikkelde Ranka een aantal principes. Impact begint met zorg: vertrouwen is de basis van elk traject. Richt je op de groep die het meest kan handelen, gebruik bestaande netwerken in plaats van nieuwe te bouwen en werk samen met screeninggroepen en gemeenschappen die het verhaal kunnen dragen, en wees helder over verwachtingen. Plan voor zelfstandigheid: een goed verhaal moet kunnen leven zonder maker. “Er is voor elk verhaal een publiek,” zegt ze. “Soms verborgen, maar het is er.”

Van weerstand naar vernieuwing

Ondanks censuur en beperkte middelen blijft Ranka optimistisch. Makers moeten hun publiek vinden waar het nu leeft. Ze ziet digitalisering niet als bedreiging, maar als verschuiving van platforms en macht. In India kijken mensen massaal non-fictie op YouTube; wie dat erkent, vergroot bereik en effect. “Als we dat niet erkennen in onze praktijk, betekent het dat ons werk niet het volledige potentieel bereikt dat het kan hebben.”

Waar censuur en schaarse infrastructuur het pad blokkeren, gebruikt Ranka strategie als gereedschap. Haar werk toont strategie als verzet: het punt waarop verhalen werkelijkheid raken.

Voor Ranka is impactproductie een manier van denken, niet van promotie. “Journalistiek is een publieke dienst. Het is een publiek goed,” zegt ze. Volgens haar moeten makers en redacties doelgericht nadenken over bereik.



De netwerkregisseur: Emmy Oost

over hoe samenwerking democratie versterkt



de juiste mensen en zet het iets in beweging?

De netwerkregisseur

Volgens Oost is een scherp onderscheid nodig tussen strategie en uitvoering. De impactstrategie ontwerpt het plan, de impactproducent voert uit en verbindt. “Wij noemen de impactproducent de netwerkregisseur,” zegt ze. Die brengt filmteams, journalisten, beleidsmakers en partners samen en organiseert het gesprek rond het verhaal.

Ontmoeting als motor

De kracht van documentaire zit volgens Oost in wat erna komt. “We hebben al met veel documentaires gewerkt waarbij de ontmoeting na de documentaire bijna belangrijker is dan de documentaire zelf,” zegt ze. De gedeelde ervaring op het scherm creëert een gemeenschappelijke basis voor dialoog en nieuw begrip.

The Invisible City [Kakuma] als voorbeeld

De documentaire over het leven in een Keniaans vluchtelingenkamp geldt voor Oost als een schoolvoorbeeld van strategische impact. De impactcampagne koppelde lokale verhalen aan internationale actie tegen xenofobie en voor familiehereniging, en toonde hoe gerichte distributie bewustwording en sociale verandering kan brengen.

‘Braintrust’ in plaats van ruis

Onafhankelijkheid vormt het fundament van haar werk. “We werken met een *braintrust*-methodiek waarbij we documentairemakers, journalisten, ervaringsdeskundigen, wetenschappers en maatschappelijke partners samen aan tafel brengen om gezamenlijk een strategie te ontwerpen,” zegt ze. Die aanpak creëert een gedeeld kader waarin ieders rol helder blijft en de journalistieke autonomie gewaarborgd is. Oost benadrukt dat een gezamenlijke strategie niet neerkomt op verlies van onafhankelijkheid: de missie kan gedeeld zijn, de mandaten blijven gescheiden, zodat het verhaal zijn waarde behoudt.

Lokale weefkracht als hefboom

Een van haar terugkerende inzichten: hoe lokaler, hoe sterker. Voor *The Mind Game*, over de psychologische druk bij alleenreizende minderjarige vluchtelingen, zette FilmImpact samen met documentairemaker Sajid Khan een impacttour op in België. De documentaire werd vertoond in gemeenten met asielcentra, waar bewoners en hulporganisaties elkaar ontmoetten. Doel: sociale cohesie versterken en beelden over asielzoekers nuanceren. Rond de vertoningen vonden workshops en gesprekken plaats waarin nieuwkomers en Vlamingen hun verhalen deelden. Zo groeide *The Mind Game* uit tot meer dan een documentaire: een ontmoetingsplek waar empathie en actie samenkwamen.

Infrastructuur voor verandering

Om van losse successen naar duurzame praktijk te groeien, is infrastructuur nodig: mensen die de methodiek beheersen en middelen voor onderzoek. “Het is superbelangrijk dat er meer *seed funding* komt waarmee je de research en het denkwerk kan doen,” zegt Oost. Zonder die ruimte blijft impactproductie afhankelijk van toeval.

Democratie onder druk

“Onze democratie staat onder druk,” zegt Oost. “Mensen verliezen het vertrouwen in instituties als justitie en media.” Sociale media versterken echo chambers. FilmImpact wil dat doorbreken met verhalen die mensen fysiek samenbrengen.

Waarom dit ook journalistiek vooruithelpt

Oost ziet duidelijke parallellen tussen documentaire en onderzoeksjournalistiek. Impactproductie helpt om doelgroepen bewust te definiëren: beleid beïnvloeden vraagt parlementaire briefings, bewustwording community-screenings met debat. Belangrijk is wat volgt op publicatie: ontmoeting, duiding en ruimte voor vervolg.

Drie principes voor impact

Samenwerking is de architectuur: verbindt journalistiek, middenveld en beleid rond één gemeenschappelijk verhaal. Tijd is investering: een doordachte route verlengt de levensduur van een verhaal en vergroot het effect. Impact begint lokaal: sterke netwerken brengen beweging op gang en vormen de basis voor grotere verandering.

Oost denkt als producent en handelt als netwerkregisseur. Haar kompas is helder: breng verhalen naar de plekken waar ze verschil maken. Haar methode: ontwerp de route, faciliteer de ontmoeting, borg onafhankelijkheid en laat het werk vervolgens zijn weg vinden. Zo wordt impact een vanzelfsprekend onderdeel van journalistiek die haar publiek kent.

Samenwerking is de architectuur: verbindt journalistiek, middenveld en beleid rond één gemeenschappelijk verhaal.



Beyond the Headline: van nieuwsproductie naar maatschappelijke verbinding over verhalen die beginnen bij de gemeenschap

Internationale inzichten voor redacties die impact willen ontwerpen

Door de redactie

De Nederlandse journalistiek staat bekend om haar diepgang en onafhankelijkheid. Toch groeit de vraag: hoe zorg je dat verhalen niet verdwijnen na publicatie, maar doorwerken in hoofden, gemeenschappen en beleid?

Terwijl redacties wereldwijd zoeken naar nieuwe vormen van betrokkenheid, opent zich ook in Nederland een kans voor verandering.

De Nederlandse kans
De vijf makers laten zien hoe journalistiek krachtiger wordt wanneer verhalen met aandacht en richting de wereld ingaan. Hun werk draait om zorg, verbinding en bruikbaarheid. Bij Miriam Wells begint impact in het idee: wanneer journalisten al vroeg nadenken over wie hun werk bereikt en waarom dat ertoe doet. Vanessa Cuervo benadrukt dat zorg voor makers, bronnen en publiek een voorwaarde is voor duurzame impact. Wanja Emily werkt samen met gemeenschappen die meedenken, meebeslissen en meedragen. Khushboo Ranka toont hoe precisie richting geeft aan verhalen. En Emmy Oost laat zien dat verandering ontstaat wanneer verhalen ruimte scheppen voor ontmoeting en gesprek.

Hun ervaringen tonen dat impactproductie geen nieuw systeem vergt, maar een bewuste houding. Journalistiek krijgt betekenis wanneer ze zich verankert in relaties, tijd en wederkerigheid: wanneer verhalen blijven bewegen, ook nadat ze zijn verteld.

1. Ontwerp ontmoetingen die iets losmaken

Een verhaal leeft pas wanneer het wordt gedeeld
In Vlaanderen gebruikt impactproducent Emmy Oost documentaire en journalistiek als instrument voor gesprek. Voor *The Mind Game* organiseerde ze vertoningen in gemeenten met opvangcentra, gevolgd door gesprekken met bewoners, jongeren en hulpverleners. De documentaire werd een katalysator voor begrip, samenwerking en lokaal beleid.

Haar model is eenvoudig en herhaalbaar: bepaal het doel, definieer de juiste doelgroep, en ontwerp per doelgroep een passende route via debat, vertoning of samenwerking. De impactproducent fungeert daarbij als netwerkregisseur die redactie,

bronnen, kennisspartners en publieksplatforms verbindt.

Ook redacties kunnen zo werken. Koppel publicaties aan lezingen, briefings of lespakketten. Werk met lokale partners die context en publiek kennen. Eén grote lancering kan worden vervangen of aangevuld met meerdere kleinschalige ontmoetingen. Dat creëert diepte, dialoog en doorwerking. Impact groeit als verhalen context krijgen en mensen ruimte vinden om te reageren.

2. Begin bij het effect, niet bij de verspreiding

Impact ontstaat in de conceptfase
In het Verenigd Koninkrijk werkt impactredacteur Miriam Wells van The Examination met een simpele stelregel: impact begint bij het ontwikkelen van het verhaal. Vanaf het eerste concept denkt een impactredacteur mee over doel, doelgroep en doorwerking.

Nog vóór publicatie ligt vast wie iets met de informatie kan doen en wat die persoon daarvoor nodig heeft. Denk aan context, data, een briefing of contactmoment. Die aanpak maakte het onderzoek naar de wereldwijde markt voor medische zuurstof tijdens de pandemie effectiever: de bevindingen leidden tot briefings bij ministeries en de Wereldgezondheidsorganisatie.

Voor redacties is de les duidelijk: ontwerp impact vóór distributie. Een verhaal krijgt richting wanneer helder is wie het nodig heeft en waarom. Door al in de ontwikkelfase te bepalen wie baat heeft bij het verhaal en hoe, verschuift journalistiek van informeren naar meewerken aan verandering voor die groep.

In Nederland vraagt dat om eenvoudige aanpassingen: benoem per project twee tot drie primaire doelgroepen, plan tijd voor impactstrategie en evalueer niet op clicks, maar op gebruik. Wie reageerde, wie citeerde of handelde op basis van het stuk? Impact wordt dan geen bijzaak, maar onderdeel van het journalistieke vak.

3. Zie zorg als strategie

Een veilige redactie bouwt duurzame impact
In Colombia werkt impactproducent Vanessa Cuervo vanuit het principe dat zorg een productieve kracht is. Teams die veilig, inclusief en met aandacht kunnen werken, maken verhalen die langer doorleven. Zorg gaat over meer dan welzijn: het betekent heldere rollen en verantwoordelijkheden, nazorg voor bronnen

en publiek, aandacht voor risico's en tijd voor reflectie.

Cuervo koppelt journalistiek vaak aan cultuur en onderwijs. Ze maakt van verhalen plekken van ontmoeting, waar empathie ontstaat en kennis gedeeld wordt. Haar aanpak maakt van journalistiek een levende verbinding met de samenleving, niet slechts een moment in het nieuws.

Voor redacties betekent dit dat zorg geen zachte randvoorwaarde is, maar een strategische voorwaarde voor impact. Impact groeit in een omgeving waar journalisten, bronnen en publiek zich gezien en beschermd voelen. Heldere werkverdeling helpt: de journalist maakt verhalen, de impactproducent gebruikt ze om verschil te maken in de samenleving.

In Nederland kan dat beginnen met kleine stappen: een zorgparagraaf in elk projectplan, uren voor community-coördinatie en samenwerking met cultuur- of onderwijsinstellingen die ruimte bieden voor dialoog. Redacties die zo werken bouwen vertrouwen, en dat is de basis van duurzame impact.

4. Werk mét gemeenschappen, niet over hen Betrokkenheid begint bij co-creatie

Vanaf het begin meedenken
In Kenia werkt impactproducent Wanja Emily met gemeenschappen die direct geraakt worden door klimaatverandering. Ze begeleidt projecten waarin boeren, jongeren en lokale leiders vanaf het begin meedenken over thema's, bewijs en oplossingen. Ze verbindt documentaire, onderzoek en gemeenschapsactie, zodat verhalen niet alleen worden verteld, maar ook iets in beweging zetten.

De journalist brengt onderzoek, verificatie en narratief vermogen; de gemeenschap brengt kennis, ervaring en draagvlak. Het resultaat: verhalen die mensen herkennen en gebruiken via screenings, gesprekken en concrete vervolgacties.

Voor Nederlandse redacties ligt hier een sleutel tot relevantie. Door al in de ontwikkelfase gesprekken te voeren met betrokken groepen, ontstaat inzicht in wat mensen nodig hebben. Mini-advieskringen met leden uit de doelgroep helpen bij het bepalen van thema's, taal en toon. Door na publicatie terug te koppelen, groeit vertrouwen en gedeeld eigenaarschap. Journalistiek wordt zo een gezamenlijke zoektocht die bouwt aan wederzijds begrip.



5. Werk met precisie, niet met volume

De juiste duizend mensen zijn genoeg
In India gebruikt documentairemaker en impactproducent Khushboo Ranka strategie als overlevingskunst. Toen haar documentaire *An Insignificant Man* onder censuur kwam te staan, ontwierp ze een alternatieve route: universiteiten, kleine zalen, besloten online vertoningen en community-screenings. Het verhaal bereikte precies de mensen die ertoe deden en leidde tot een landelijk gesprek over politieke verantwoordelijkheid.

Ranka noemt dit “precision impact”: gericht werken met beperkte middelen om specifieke verschuivingen te realiseren. Niet de massa, maar de relevantie telt. De juiste duizend mensen zijn waardevoller dan honderdduizend toevallige lezers.

Voor Nederlandse redacties betekent dit: definieer wie echt iets met je verhaal kan. Kies per doelgroep één drempel om te slechten: onwetendheid, misinformatie of gebrek aan toegang. Plan kleinschalige briefings of talks die aansluiten bij de praktijk van die groep. Een goed gekozen moment met de juiste mensen is vaak effectiever dan een grote mediacampagne.

Impact vraagt om timing, partnerschap en herhaling. Redacties die vastleggen wat werkt, bouwen kennis op die de volgende publicatie versterkt.

Van losse verhalen naar redactionele infrastructuur

De vijf praktijken wijzen in dezelfde richting: journalistiek krijgt duurzame waarde wanneer ze functioneert als infrastructuur voor publieke betrokkenheid. Verhalen blijven leven wanneer ze ingebed zijn in processen, partnerschappen en hergebruik.

Dat vraagt organisatie. Redacties die impactgericht werken bouwen een klein ecosysteem:

- **de journalist** die onderzoekt en verhalen maakt,
- **de impactredacteur** die strategie en doelen ontwerpt,
- **de impactproducent** die uitvoering en relaties bewaakt,
- **de moderator** die gesprekken begeleidt.

Financiering hoort daarbij. Productiebudgetten moeten ruimte laten voor distributie, context, publieksbijeenkomsten en meting. Kleine fondsen voor lokale interventies kunnen groot effect hebben. Startbudgetten geven tijd voor denkwerk vóór publicatie: waar de meeste impact begint.

Meting krijgt nieuwe betekenis: niet hoeveel mensen het lezen, maar wie iets deed, wie reageerde, wie hergebruikte. Herhaalbaarheid wordt een kwaliteitscriterium: een briefing, een dataset of een schoolpakket dat vaker inzetbaar is, versterkt de redactionele efficiëntie én maatschappelijke waarde.

Vier richtingwijzers voor redacties

1. **Begin met impact, niet erna.** Ontwerp verhalen met duidelijke doelen, doelgroepen en bruikbare vormen. Plan tijd en middelen voor strategie, partnerschap en opvolging.
2. **Zie zorg als productiefactor.** Integreer veiligheid, bronbescherming en nazorg in elke productie. Dat vergroot kwaliteit en houdbaarheid.
3. **Werk van binnenuit de gemeenschap.** Organiseer input en feedback in de ontwikkelfase van een verhaal, deel resultaten terug en blijf aanspreekbaar. Publiek is mede-eigenaar van kennis.
4. **Ontwerp ontmoetingen.** Verandering ontstaat bij context en gesprek. Programmeer briefings, vertoningen en Q&A's met ruimte voor vervolgactie.

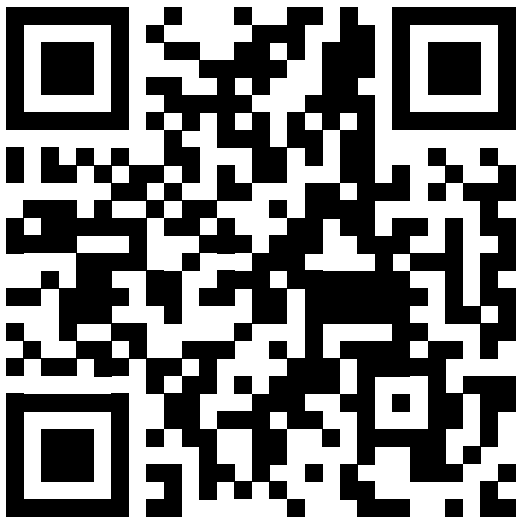
Wie deze principes toepast, maakt journalistiek die blijft bewegen.

De volgende stap begint vandaag

De toekomst van journalistiek ligt bij mensen die begrijpen hoe verhalen landen. Wells ontwerpt vanaf het idee. Cuervo maakt zorg tot onderdeel van het proces. Wanja bouwt met gemeenschappen. Ranka werkt met precisie. Oost gebruikt ontmoeting als democratisch instrument.

Samen laten zij zien dat impactproductie een manier van denken is die de kern van journalistiek versterkt: luisteren, begrijpen en verbinden. Impactjournalistiek groeit door aandacht voor relaties, context en betekenis. Ze begint bij intentie en bij de keuze om verhalen te maken die blijven werken nadat ze zijn gepubliceerd.

Wil je meer weten? Kijk onze video Beyond the Headline: internationale inzichten





Vera Duivenvoorden

Liefde op het eerste gezicht tussen verhaal en verandering

Nieuwe beweging op het Nederlands Journalistiek Festival: journalisten en impactproducenten zoeken elkaar op

Door de redactie – Deventer, 12 september

Er waait een nieuwe wind door de journalistiek. In een zaal vol neonlicht, knisperend crepe papier en nieuwsgierige gezichten kwamen op het allereerste Nederlands Journalistiek Festival twee werelden voor het eerst écht samen: de wereld van de journalist en die van de impactproducent. Niet om te debatteren of te netwerken, maar om elkaar te leren kennen. Alsof je op een eerste date bent – en dat was ook precies het doel.

De sessie *Journalistieke Impact Maken* begon met een simpele maar veelzeggende vraag bij de deur: “Welke button wil je: verhaal of verandering?” De keuze verdeelde de zaal, maar zette tegelijk de toon. Want precies daar, tussen verhaal en verandering, ligt de spanning die de journalistiek van de toekomst probeert te begrijpen.

Een eerste ontmoeting die ertoe doet
Host en moderator Nicole van Schaik, samen met haar teamgenoten Esmée van Loo en Danielle Batist, leidde de bijeenkomst met de flair van een talkshow en de precisie van een experiment. “Vandaag draait het om vertrouwen, nieuwsgierigheid en lef,” zei ze bij de opening. “We onderzoeken of er genoeg basis is om samen verder te gaan.”

Ruim 60 deelnemers vulden de zaal. Sommigen met een notitieboekje in de hand, anderen met open nieuwsgierigheid. De spanning was voelbaar, maar ook de energie. “Het voelde als een eerste ontmoeting die ertoe doet,” vertelt Nicole later. “Soms gespannen, verwarrend en confronterend, maar tegelijk vol helderheid en onverwachte verbindingen.”

De verhalenmaker ‘versus’ de veranderaar
Wie journalistiek bedrijft, zoekt waarheid en onafhankelijkheid. Wie impact maakt, zoekt beweging en verandering. Twee werelden die elkaar vaak omcirkelen, maar zelden echt samenwerken. Toch bleek tijdens de interactieve sessie dat afstand kleiner is dan gedacht.

Na de openingstalk moesten de deelnemers letterlijk kleur bekennen. In een journalistieke variant van *Ren je rot* stelde Nicole stellingen waarop deelnemers zich door de zaal verplaatste. Eens links, oneens rechts, twijfelaars op de middenlijn.

De vragen raakten precies de kern van het ongemak tussen journalistiek en activisme. “*Alle journalistiek is activisme*,” luidde de eerste. Dertig deelnemers wezen dat resoluut van de hand, acht stemden aarzelend in. Op “*Impactproductie werkt alleen bij documentaires, niet bij journalistiek*” bleef het opmerkelijk stil. Niemand was het ermee eens. Een derde stelling: “*Impactproductie is te vaag om serieus te nemen*,” verdeelde de zaal iets meer: 32 oneens, 6 eens, 2 twijfelaars. En bij “*De samenleving en ook de journalistiek lijden aan ‘projectitis’ bij het aanpakken van grote maatschappelijke uitdagingen*”

gingen 34 mensen het eens-vak in.

Daarnavolgende een oefening waarin ‘verhalers’ en ‘veranderaars’ tegenover elkaar stonden om vooroordelen over de ander te verzamelen. Het leverde een kakofonie van aannames, humor en herkenning op.

“Wat bleek?” vertelde Esmée van Loo later. “De vooroordelen die wij over de ander hadden, waren precies dezelfde als die zij over ons hadden. We willen allemaal bijdragen aan een betere maatschappij. Alleen kiezen we verschillende vliegroutes om daar te komen.”

Wat deze oefening vooral liet zien, was hoe dicht men elkaar eigenlijk al nadert. Waar aanvankelijk nog een symbolische gekleurde lijn op de grond lag tussen ‘verhaal’ en ‘verandering’, begon die langzaam te vervagen.

Een date met confetti en scherpe vragen
Het hoogtepunt van de middag was een live ‘first date’ tussen onderzoeksjournalist en wetenschapper Thomas Goorden (onder meer Follow The Money en Apache) en impactproducent Hasse van Nunen (Impact Lab). Beiden bekenden in hun vak, maar nog onbekenden van elkaar.

Voor de ogen van het publiek interviewden ze elkaar op basis van een profielvol eigenschappen voor een succesvolle relatie: bevolgen, strijdbaar, volhardend, met oog voor anderen. Wie overtuigd raakte van de ander, mocht symbolisch een steen van de blokkenmuur tussen hen verwijderen. Toen er aan het eind van deze eerste ‘date’ werd gevraagd aan het publiek ofdit duo een tweede



date verdiende, volgde er een daverend JA en dat werd bekrachtigd met knallende confettikanons.

De cijfers: waar zit de klik?
De survey aan het eind van de sessie bevestigde het optimisme in de zaal. Een overweldigende meerderheid van 93 procent ziet de grootste kansen juist in de combinatie van verhaal én verandering. Bijna de helft overweegt om daadwerkelijk samen te werken met iemand uit de ‘andere groep’: een veranderaar die de dialoog aangaat met een verhalenmaker, of andersom.

Vrijwel iedereen benadrukt dat er een volgende stap nodig is om beide werelden structureel met elkaar te verbinden.

Wat deze ontmoeting zichtbaar maakt
De sessie liet zien dat impactproductie steeds meer onderdeel wordt van het journalistieke gesprek. Steeds meer makers willen begrijpen hoe deze aanpak hun werk kan verdiepen, zonder dat dit ten koste gaat van hun onafhankelijkheid.

Volgens host Nicole ligt daar de kern van deze nieuwe beweging: “Wat hier klein lijkt, zijn de bouwstenen voor iets groters. Over twintig jaar kan hier een nieuwe infrastructuur staan: een waarin journalistiek, documentaire, kunst en cultuur samen bijdragen aan maatschappelijke verandering.”



Wil je meer weten?

Zin om niet alleen te lezen maar ook te doen? Hier kun je direct verder:

- Schrijf je in voor onze Substack De Impactrevolutie - waar inspiratie, kennis, praktijk en strategie elkaar ontmoeten en soms zelfs een beetje vonken.
- Duik in onze video's op het YouTube-kanaal van De Impactrevolutie.
- Ontdek het SVDJ Incubator-programma 2025 met het thema publieksbetrokkenheid.
- Verken de werkwijze impactproductie via de Impact Field Guide, inclusief impactrapporten en voorbeelden van impact die laten zien wat werkt.
- Haal Nederlandse inspiratie en cases dichterbij huis en leer het vak via Impact Lab.
- Vind een impactproducent via de Global Impact Producers Alliance - en als je er zelf één bent, sluit je vooral aan.





Robin Vinck

Wie heeft meegewerkt?

De krant die je in handen hebt, is gebouwd op de inzet, creativiteit en het geloof van deze mensen in wat De Impactrevolutie wil waarmaken.

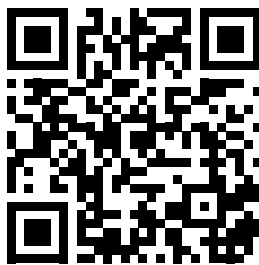
Speciale dank aan:
Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ) en het Incubator-programma
Mentor Danielle Batist | Coach Robin Keeris en Ruud Bisseling | Mede-deelnemers Joost Bos en Gert-Jaap Hoekman (meelezen, aanscherpen)

Ivo Vaessens en Jeroen Hendriks, The Soulfirm (fotografie, sublieme videografie én goede koffie)
Emmanuel ‘Maan’ Merkus, Yongbloed (huisstijl, vormgeving, illustraties en creatieve sparring)
Lisanne Bemelmans, Footlight Beeld & Design (fotografie flyer dating event NLJF) | Jolie van Loo (fotomodel en mental support) | Miriam Wells, Khushboo Ranka, Emmy Oost, Vanessa Cuervo en Emily Wanja (voor de inspirerende interviews) | Thomas Goorden (bijdrage aan het PFAS-artikel, de video en de sessie op NLJF) | Ruben Schilt, Karel Thieme, Willy Smeets, Boudewijn Brandwijk, Meta Kamphuis, Jan de Keizer (voor hun waardevolle medewerking aan het PFAS-artikel en de video) | Johan de Veer, Dagblad van ‘t Noorden (voor zijn openheid en professionele nieuwsgierigheid) | Sem Caelen, L1 - regionale omroep van Limburg (ondersteuning van de sessie op NLJF) | Ifor Schrauwen - ambtelijk aanjager van maatschappelijke verandering (voor zijn inspirerende en bemoedigende woorden) | Hasse van Nunen, Impact Lab (bijdrage aan de sessie op NLJF) | Jesse Beentjes, Maarten van Vugt, Kim Eldering en het Nederlands Journalistiek | Festival (NLJF) (voor het faciliteren van onze sessie op het festival)

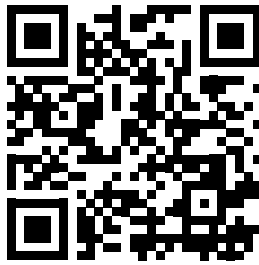
Colofon
De Impactrevolutie, November 2025

(Eind)redactie: Nicole van Schaik en Esmée van Loo
Vormgeving & illustraties: Emmanuel ‘Maan’ Merkus, Yongbloed
Sriptekening: Robin Vinck
Videos: Ivo Vaessens en Jeroen Hendriks, The SoulFirm
Uitgever: De Impactrevolutie

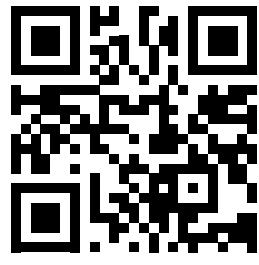
QUICK LINKS



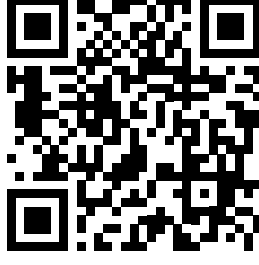
Youtube Impactrevolutie
Bekijk hier onze explainers en andere video's over impactproductie.



Substack Impactrevolutie
Via onze Substack houden we je op de hoogte van onze projecten en de kruisbestuivingen tussen impactproductie en journalistiek. Meld je hier aan!



Impact Field Guide
Meer dan driehonderd pagina's aan uitleg, voorbeelden en 'how to' over impactproductie.



GIPA - Global Impact Producers Alliance
Sluit je aan bij dit internationale netwerk aan impactproducenten of neem een kijkje in de internationale keuren van impactproductie.



Impact Lab
Wil je getraind worden als impactproducent? Dat kan bij het Impact Lab.



SVDJ - Incubator
Een innovatieprogramma waarin multidisciplinaire teams negen maanden samenwerken om gezamenlijk inzichten en oplossingen te ontwikkelen waar de hele sector van profiteert.

CONTACTGEGEVENS

Blijf op de hoogte via Substack substack.com/@impactrevolutie

Mail impactrevolutie@gmail.com
Linkedin linkedin.com/company/impactrevolutie
Initiatiefnemer & oprichter Nicole van Schaik linkedin.com/in/nicolevanschaik/