

# HANDLEIDING

## VOOR HET INVULLEN VAN HET 'THEORY OF CHANGE'-SJABLOON

Het 'Theory of Change (TOC)'-sjabloon vlot en correct invullen voor jouw preventieve actie of methodiek? In deze handleiding lees je hoe het moet.

**DOWNLOAD HIER HET SJABLOON**

### Wat is een Theory of Change?

Een Theory of Change (TOC) of verandertheorie is de identiteitskaart van een preventiemethodiek. Het geeft visueel weer hoe en bij wie de preventiemethodiek wil bijdragen aan gezondheidswinst. Via een TOC kan je impactgericht werken aan preventie.

### Sjabloon voor het opstellen van een Theory of Change

Een TOC kan je op vele manieren uitwerken: geschreven (bv. in een evaluatierapport), gesproken (bv. in een pitch), maar zeker ook visueel in een schema (bv. Lineair, circulair, piramidaal, ...). In dit sjabloon kozen we voor een lineair visueel schema dat weergeeft hoe een preventiemethodiek bijdraagt aan gezondheidswinst.

#### ► Het TOC-sjabloon maakt helder via welke tussenstappen dit gebeurt:

- het inspelen op het gedrag (preventief handelen) van intermediairs (bv. zorgverstrekkers, welzijnsactoren, ouders, lokale gezondheidsambtenaren, ...);
- het inspelen op het gedrag (gezonde leefstijl) van einddoelgroepen (bv. leerlingen, mensen in maatschappelijk kwetsbare situaties, mensen met overgewicht, jongeren binnen jeugdzorg);
- bij beide doelgroepen via het inspelen op hun competenties, drijfveren en context (gedragsdeterminanten).

Het **Gedragswiel** vormt hiervoor de basis.

De drempels en hefboomen tot gedragsverandering bepaal je vooraf via literatuuronderzoek en/of het bevragen van de doelgroep of andere experts.



**Tip:** gebruik hiervoor het overzicht van gedragsdeterminanten



#### ► Het TOC-sjabloon beschrijft ook welke onderdelen van de preventiemethodiek gericht zijn op deze veranderingen (bij intermediairs en/of einddoelgroepen):

- materialen, diensten en/of (communicatie)acties;
- gelinkt aan **gedragsveranderingstechnieken**.



**Tip:** gebruik hiervoor de filtertool gedragsveranderingstechnieken.

## Wie vult het sjabloon in en waarom?

Het sjabloon is bedoeld voor **bestaande methodieken**. Het kan dus ingevuld worden door al wie een preventieve actie of methodiek (mee) ontwikkelde en hier een neerslag wil van maken. Implementatoren, experts of andere stakeholders kunnen hierbij betrokken worden.

Het ingevuld sjabloon kan gebruikt worden om:

1

**kritisch te reflecteren** over de doelstellingen en de onderdelen van de actie of methodiek (*'Beogen we wel de juiste veranderingen bij de juiste doelgroepen? Kozen we wel de juiste gedragsveranderingstechnieken, materialen, diensten en acties?'*).

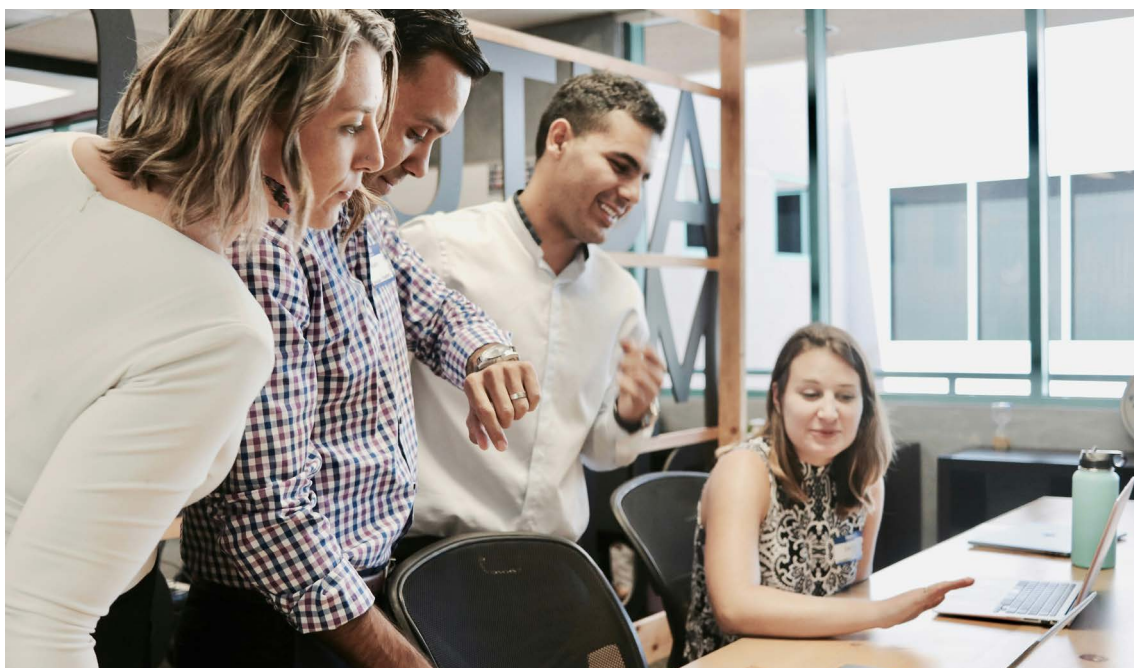
2

de inhoud en **werking** van de **actie/methodiek inzichtelijker te maken** voor implementatoren of voor de opdrachtgever (*'Hoe draagt deze methodiek bij aan gezondheidswinst? Hoe verschilt die van andere methodieken?'*).

3

een blauwdruk te hebben voor de **evaluatie** van de actie/methodiek (*'Welke doelstellingen kunnen en willen we evalueren (binnen termijn X) en hoe?'*).

Het werken met een TOC **tijdens de ontwikkeling** van een nieuwe actie/methodiek is zeker ook aan te raden. Hoewel het huidige TOC-sjabloon hier minder geschikt voor is, kan het wel een houvast zijn. Je start dan – onderaan het sjabloon – vanuit een 'gezondheidsprobleem', formuleert relevante veranderdoelen voor de belangrijkste doelgroepen, kiest geschikte gedragsveranderingstechnieken en werkt die uit in materialen, diensten en (communicatie)acties. Zo bouw je stapsgewijs vanuit de gewenste gezondheidswinst naar de onderdelen van de methodiek.



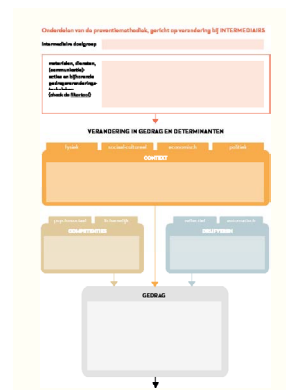
## Opbouw van het sjabloon

Op pagina 1 vul je de algemene informatie over je methodiek in.

[illegible]

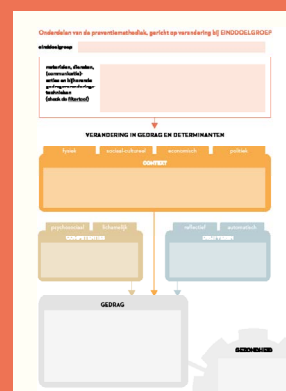
Op pagina 2 vul je de TOC voor de **intermediairs** aan:

- je beschrijft de **onderdelen van de methodiek** die gericht zijn op verandering bij de intermediairs (materialen, diensten en acties, gelinkt aan één of meerdere gedragsveranderingstechnieken);
  - je noteert welke veranderingen (in gedrag, gedragsdeterminanten) je beoogt bij de intermediairs. Dit zijn de **veranderdoelen**.
- \* Heb je meerdere intermediaire doelgroepen?  
Gebruik dan het uitgebreid TOC sjabloon voor twee of drie intermediaire doelgroepen.



Op pagina 3 vul je de TOC voor de **einddoelgroep** aan:

- je beschrijft de **onderdelen van de methodiek** die gericht zijn op verandering bij de einddoelgroep (materialen, diensten en acties, gelinkt aan één of meerdere gedragsveranderingstechnieken);
- je noteert de **veranderdoelen** (gedrag, gedragsdeterminanten, gezondheid) voor de einddoelgroep.



## Nood aan meer speelruimte?

Je kan je eigen TOC vormgeven wanneer je nog meer ruimte wil om veranderdoelen uit te werken, samenhang tussen doelgroepen wil weergeven of gewoon een andere vorm wil gebruiken. Je kan je eigen TOC uittekenen op papier, op een tafel, vloer of muur (via post-its) of digitaal (bv. in Miro, Visio of Canva).

## DOWNLOAD HIER HET SJABLOON

### Hoe vul je 'onderdelen van de methodiek' in?

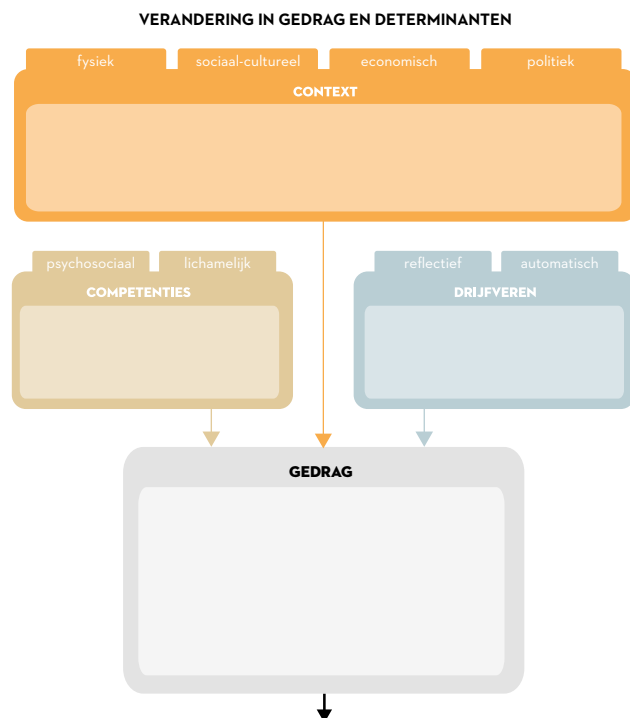
- Je benoemt de verschillende **materialen (tastbaar) en/of diensten (niet-tastbaar)** uit je methodiek die gericht zijn op verandering bij elk van je doelgroepen.
  - *bv. materialen: zelf-audit scan Rookvrije Zorg, leidraad, affiche, ...*
  - *bv. diensten: procesbegeleiding, terugbetaling, infosessie, ...*
- Je benoemt per materiaal/dienst/actie ook de verschillende **gedragsveranderingstechnieken** die vervat zitten in je diensten en materialen. Raadpleeg hiervoor de filtertool gedragsveranderingstechnieken.
  - *bv. SWEEP-platform: op maat werken, mogelijkheden tot sociale vergelijking voorzien, ...*
  - *bv. procesbegeleiding: deskundige ondersteuning, diagnose en feedback binnen organisaties*

materialen, diensten,  
(communicatie)-  
acties en bijhorende  
gedragsveranderingstechnieken  
(check de [filtertool](#))

### Hoe vul je de 'veranderdoelen' in?

#### Welke veranderdoelen vul je in?

- Je formuleert enkel veranderdoelen voor de **doelgroepen waarop deze methodiek zich richt**.
  - Het zou dus kunnen dat de pagina over 'intermediairs' leeg blijft, als de methodiek zich rechtstreeks richt naar de einddoelgroep.
  - Het kan ook dat je meerdere (intermediaire) doelgroepen hebt. Gebruik dan het sjabloon met ruimte voor twee of drie intermediaire doelgroepen of maak je eigen versie, digitaal of op papier.
- Je formuleert enkel veranderdoelen voor de **gedragsdeterminanten, gedragingen en gezondheidswinst waarop deze methodiek zich richt** (en dus niet op alle veranderingen die nodig blijken uit vooronderzoek, maar buiten de scope van deze methodiek vallen).
  - Het kan dus best dat de vakken 'competenties', 'drijfveren' of 'context' leeg blijven, als je methodiek hierin geen verandering beoogt. In de meeste gevallen zullen deze wel ingevuld zijn.



## Hoe formuleer je goede veranderdoelen?



**Tip:** in bijlage 2 'formuleren van veranderdoelen volgens het Gedragswiel' staan standaardformuleringen van veranderdoelen waarop je je kan baseren. Pas deze gerust aan, op maat van jouw methodiek.

- ▶ Je begint elk veranderdoel met het benoemen van de **doelgroep**.

*bv. leerkrachten in de 2e graad secundair onderwijs*

- ▶ Daarop volgt de verandering die de **methodiek** nastreeft:



- ▶ **Gezondheid:** een verandering in de gezondheidsstatus of levenskwaliteit (bv. een stijging in welbevinden of een daling in ziekte(last))

*bv. Leerlingen ervaren een **zo hoog mogelijk mentaal welbevinden en ontwikkelen zo weinig mogelijk psychische problemen**.*



- ▶ **Gedrag:** een verandering van gedrag (bv. het stellen of vermeerderen van een gewenst/gezond gedrag of het stopzetten of verminderen van een ongewenst/ongezond gedrag)

*bv. Leerkrachten **ondernemen actie** om hun leerlingen meer te laten bewegen en minder te laten stilzitten.*

Het is nuttig om het gedrag op te splitsen in verschillende **deelgedragingen**.

*bv. Gezinnen koken gezonder. Gezinnen eten met meer regelmaat.*

*Gezinnen eten meer (diverse) groenten.*



- ▶ **Gedragsdeterminanten:** een verandering in de context, de competenties en/of de drijfveren van de doelgroep. Hierbij zijn er twee opties:

Optie 1: je beschrijft de veranderdoelen op het niveau van de **8 tandwielen van het Gedragswiel** (bv. automatische of reflectieve drijfveren).

*bv. **Sociaal-cultureel:** personeel en vrijwilligers zijn een rolmodel voor gezond eetgedrag.*

Optie 2: je beschrijft de veranderdoelen op het niveau van de specifieke gedragsdeterminanten uit het Gedragswiel (bv. attitude, sociale steun, kritische vaardigheden). Raadpleeg hiervoor het **overzicht van gedragsdeterminanten**.

*bv. Hulpverleners hebben een positievere houding t.a.v. werken rond voeding (**attitude**).*



Koppel je veranderdoel ook altijd aan het gewenste gedrag.

*bv. Leerkrachten geloven dat **werken aan mentaal welbevinden en sociaal-emotionele vaardigheden** (= gewenst gedrag) bijdraagt tot het behalen van hun leerplandoelen (uitkomst-verwachting).*

- ▶ Streef naar **SMART**-veranderdoelen. SMART = Specifiek, Meetbaar, Aanvaardbaar, Realistisch en Tijdsgebonden.

*bv. Leerkrachten doorlopen het spel Expeditie Geluk met hun hele klas: ze spelen minstens vier klasopdrachten in het eerste semester van het schooljaar.*

**Is de ruimte voor veranderdoelen in het sjabloon te beperkt?** Je kan ook verwijzen naar een achterliggend document waarin je deze in meer detail beschrijft (bv. projectfiche, evaluatiematrix, ...).

### Hulp nodig?

Mail naar [lien.vanderbiest@gezondleven.be](mailto:lien.vanderbiest@gezondleven.be) voor meer info, advies of feedback.

## Bijlage 1: formulering van veranderdoelen volgens het Gedragswiel

### GEZONDHEID

#### Algemeen

[De leden van de doelgroep] **ervaren een betere** [gezondheidsstatus of levenskwaliteit]  
OF **minder** [gezondheidsklachten of ziektelast].

### GEDRAG

#### Algemeen

[De leden van de doelgroep] **vertonen meer** [gewenst gedrag X] OF **minder** [ongewenst gedrag Y].  
(formuleer ook deelgedragingen)

### COMPETENTIES

#### Algemeen

[De leden van de doelgroep] **weten/kunnen (beter) ...**.

#### Veranderdoelen op vlak van fysieke competenties

---

##### Fitheidscomponenten

[De leden van de doelgroep] **zijn fitter (lenigheid, evenwicht, uithouding, kracht, en/of snelheid)**.

##### Motorische en technische vaardigheden

[De leden van de doelgroep] **zijn motorisch/technisch vaardiger** in [gedrag X].

#### Veranderdoelen op vlak van psychische competenties

---

##### Kennis

[De leden van de doelgroep] **kennen/weten (beter) ...**  
... **de aanbeveling over** [gedrag X].  
... **de negatieve/positieve gevolgen van** [gedrag X of Y].  
... **wie kan helpen bij** [gedrag X].  
... **hoe** [ongewenst gedrag Y] **kan veranderd worden naar** [gewenst gedrag X].

##### Functionele vaardigheden

[De leden van de doelgroep] **kunnen (beter) lezen, schrijven of rekenen, kunnen hun aandacht (beter) richten, verdelen of vasthouden, kunnen informatie (beter) onthouden**.

##### Kritische vaardigheden:

[De leden van de doelgroep] **kunnen informatie kritisch(er) evalueren en op basis daarvan (beter) autonome en bewuste beslissingen maken**.

### Interactieve vaardigheden

[De leden van de doelgroep] **kunnen (beter) communiceren, sociale contacten leggen en onderhouden, omgaan met sociale druk, sociale steun aanwenden, omgaan met heersende normen.**

### Gedragregulatie

[De leden van de doelgroep] **kunnen hun gedrag (beter) reguleren (impulsen controleren, gewoontes doorbreken, eigen gedrag opvolgen, acties plannen, ...).**

### Copingvaardigheden

[De leden van de doelgroep] **kunnen op een gezonde(re) manier omgaan met tegenslagen of moeilijkheden.**

## DRIJFVEREN

### Algemeen

[De leden van de doelgroep] **zijn gemotiveerd/gedreven om** [gedrag X].

### Veranderdoelen op vlak van automatische drijfveren

---

#### Verlangens en behoeften

[De leden van de doelgroep] **verlangen (meer) naar de positieve gevolgen van** [het gewenste gedrag X] **OF voelen (meer) de behoefte om de negatieve gevolgen van** [het ongewenste gedrag Y] **te vermijden.**

#### Associaties

[De leden van de doelgroep] **linken** [het gewenste gedrag X] **(meer) aan iets aangenaams (bv. positieve emotie, beloning)** **OF linken** [het ongewenste gedrag Y] **(meer) aan iets onaangenaams (bv. een negatieve emotie, een straf).**

#### Gewoonten

[De leden van de doelgroep] **hebben (meer) de gewoonte om** [gedrag X].

### Veranderdoelen op vlak van reflectieve drijfveren

---

#### Eigen-effectiviteit

[De leden van de doelgroep] **voelen zich (meer) in staat om** [gedrag X].

#### Attitudes

[De leden van de doelgroep] **staan positief/positiever tegenover** [gedrag X].

#### Uitkomstverwachting

[De leden van de doelgroep] **erkennen (beter) de positieve gevolgen** [gedrag X] **OF verwachten dat** [gedrag X] **zal resulteren in** [positief gevolg].

#### Risicoperceptie

[De leden van de doelgroep] **schatten de kans op (gezondheids)risico's ten gevolge van** [het ongewenste gedrag Y] **(beter) in.**

### Sociale rol en identiteit

[De leden van de doelgroep] **vinden dat** [gedrag X] **past bij hun identiteit** OF **zien** [gedrag X] **als onderdeel van hun (professionele) rol als ....**

### Doelen en intenties

[De leden van de doelgroep] **hebben als doel/de intentie om** [gedrag X].

## CONTEXT

### Algemeen

[De leden van de doelgroep] **kunnen vertoeven in een omgeving die** [gedrag X] **aanmoedigt/mogelijk maakt/makkelijker maakt**. OF [De leden van de doelgroep] **hebben (meer) gelegenheid om binnen hun omgeving** [gedrag X].

### Veranderdoelen op vlak van de fysieke context

---

#### Aanbod

[De leden van de doelgroep] **kunnen (beter) gebruik maken van een (toegankelijker) aanbod aan [infrastructuur, faciliteiten, producten, materialen] om te** [gedrag X].

#### Indeling en inrichting

**De indeling en inrichting van [de fysieke ruimte] moedigt** [de leden van de doelgroep] **(meer) aan om te** [gedrag X] OF **maakt het makkelijker om te** [gedrag X].

### Veranderdoelen op vlak van de sociaal-culturele context

---

#### Sociale norm (algemeen)

[Het gewenste gedrag X] **wordt (meer) de norm** OF [het ongewenste gedrag Y] **wordt minder de norm**.

##### Descriptieve sociale norm

**Een meerderheid stelt** [het gewenste gedrag X] OF **een minderheid stelt** [het ongewenste gedrag Y].

##### Injunctieve sociale norm

[De leden van de doelgroep] **ervaren dat een meerderheid** [het gewenste gedrag X] **aanvaardt** OF **zien dat een meerderheid** [het ongewenste gedrag Y] **afkeurt**.

##### Gepercipieerde norm

[De leden van de doelgroep] **hebben (meer) de indruk dat de meerderheid** [het gewenste gedrag X] **stelt** OF **een minderheid** [het ongewenste gedrag Y] **stelt**.

##### Subjectieve norm

[De leden van de doelgroep] **ervaren dat anderen het wenselijk vinden dat zij** [het gewenste gedrag X].

### **Sociale druk/steun**

[De leden van de doelgroep] **ervaren (meer) sociale druk/steun om te** [het gewenste gedrag X].

### **Culturele invloeden**

[De leden van de doelgroep] **ervaren dat** [het gewenste gedrag X] **(beter) past binnen de waarden, opvattingen en betekenissen van hun cultuur.**

### **Veranderdoelen op vlak van de economische context**

---

#### **Betaalbaarheid van producten en diensten**

[De leden van de doelgroep] **ervaren** [het gewenste gedrag X] **als (beter) betaalbaar.**

#### **Marketing van producten en diensten**

[De leden van de doelgroep] **komen (meer) in aanraking met reclame en promotie voor** [het gewenste gedrag X] OF **(minder) met reclame en promotie voor** [het ongewenste gedrag Y].

### **Veranderdoelen op vlak van de politieke context**

---

#### **Regels, wetten en aanbevelingen**

[De leden van de doelgroep] **komen (meer) in aanraking met regels, wetten of aanbevelingen die** [het gewenste gedrag X] **aanmoedigen en/of** [het ongewenste gedrag Y] **ontmoedigen.**

#### **Politieke ideologieën**

[De leden van de doelgroep] **zijn (meer) onderhevig aan een politieke ideologie of mentaliteit die** [het gewenste gedrag X] **aanmoedigt en/of** [het ongewenste gedrag Y] **ontmoedigt.**