

# Project Zaakgericht werken

12 mei 2026



# Gemeente De Bilt

- **Laurens Dijkstra**
  - Functioneel beheerder zaaksysteem
    - Projectleider zaakgericht werken
- **Jasmijn Vervloet**
  - Adviseur digitale dienstverlening
    - Wmebv en Woo
- **Team PIM**



# Gemeente De Bilt

- **Onze gemeente:**
  - Middelgrote gemeente, met circa 44.000 inwoners
  - Circa 250 ambtenaren
- **Aanleiding project zaakgericht werken:**
  - De mate waarin zaakgericht wordt gewerkt binnen de gemeente De Bilt biedt ruimte voor verbetering.
  - Een meer consistente toepassing kan bijdragen aan een betere vindbaarheid van informatie
  - Gevolg: effectievere dienstverlening en bedrijfsvoering, betere afhandeling van Woo-verzoeken
  - Opdracht gekregen om middels dit project zaakgericht werken te verbeteren.



# Project

# Zaakgericht werken

- **Doel:**
  - Alle informatie over één onderwerp centraal vastleggen en volgen. Medewerkers gaan zaakgericht werken vanzelfsprekend toepassen, zodat processen en dienstverlening verbeteren.
- **Aanpak:**
  - Focus op gedragsverandering(en): eenduidig werken, processen verduidelijken en medewerkers goed instrueren.



# CASI-methode

## (Communicatie Activatie Strategie Instrument)

- **CASI-methode:**
  - Onderzoekt 9 gedragsbepalers (o.a. kennis, emoties, gewoontes, sociale omgeving) om echte drempels in gedrag zichtbaar te maken.
- **Geen aannames meer:**
  - We weten welke factoren gedrag blokkeren en koppelen interventies die aantoonbaar werken.
- **Duurzaam gedrag ontwikkelen:**
  - We vergroten niet alleen kennis, maar gaan ook in gesprek over emotie, (on)gemak, sociale druk en routines.




# Van gedrag naar interventie

- **CASI-methode:**
  - Resultaten geven aan welke gedragsbepalers de grootste drempel zijn
- **3 interventies ontwikkelen:**
  - Voor deze gedragingen ontwikkelen we 3 interventies die we organisatiebreed toepassen



# Interventie 1: Zaak van de Maand

- **Conditionering** betekent dat je iets goeds laat voelen bij goed gedrag, zodat je het vaker wilt doen.
- Elke maand vragen we aan medewerkers om diens zaak van de maand in te sturen
- Medewerkers krijgen feedback via een scoreformulier en de beste Zaak van de Maand wint voor het hele team een prijs

**Associaties en emoties aan gedrag koppelen** 

*Je kunt het gewenste gedrag voor mensen aantrekkelijker maken door positieve associaties en emoties aan dit gedrag te linken. Je kunt ook negatieve emoties of associaties aan ongewenst gedrag koppelen, maar let dan goed op de juiste uitvoering! Wat zou voor jouw doelgroep kunnen werken?*

**Priming**  
Woorden en beelden kunnen gevoelens en associaties oproepen die het gewenste gedrag direct stimuleren. Zo roept een poster waarop een kind een verkeersbord vasthoudt kwetsbaarheid op, waardoor mensen hun snelheid verlagen. Of activeert het beeld van een bibliotheek in een treincoupe stilte. Kies zorgvuldig de beelden en woorden die het juiste gedrag aanveren. Priming werkt kort, op het moment dat het gedrag plaatsvindt en alleen wanneer het aansluit op al bestaande doelen.

**Conditionering**  
Je kunt via communicatie positieve emoties (zoals blijheid of interesse) of associaties (zoals zorgzaam of betrouwbaar) aan je doelgedrag koppelen. Laat altijd het doelgedrag zien in combinatie met de positieve gevolgen ervan. Hoe vaker mensen deze combinatie zien, hoe sterker ze dit met elkaar verbinden en hoe eerder ze dit gedrag blijven vertonen. Mensen krijgen ook bevestiging via het gedrag zelf. Zo ervaren mensen die zich duurzaam gedragen, vaak een warm gevoel.

**Inspelen op aantrekkelijkheid, gelijkenis en betrouwbaarheid**  
Mensen die aantrekkelijk zijn, op ons lijken of betrouwbaar overkomen, geven ons een goed gevoel, waardoor we eerder geneigd zijn om het gevraagde gedrag te vertonen. Daarom laat de Belastingdienst altijd diverse Nederlanders zien die netjes hun aangifte regelen. En zetten veiligheidsregio's regionale brandweerlieden in om rookmelders te promoten. Die komen als afzender betrouwbaar over.

**Autoriteit**  
Als een autoriteit iets zegt of goedkeurt, dan nemen we dat eerder aan. Denk aan een bekende sporter die sportschoenen aanprijst. Het is belangrijk dat mensen de boodschapper als autoriteit accepteren. Antivaxers zagen tijdens corona het RIVM niet als autoriteit. Dan roept de boodschapper weerstand op en kun je beter kiezen voor een andere boodschapper. Een autoriteit kan ook beroemd zijn: Gerrit Hiemstra is niet alleen klimaatdeskundige, maar ook bekend als weerman.



# Interventie 2: Geschikt/ongeschikt

- **Aanspreken op rol** betekent dat je iemand herinnert aan wie die is en wat daarbij hoort, zodat die persoon zich beter gaat gedragen.
- Campagne waarin we uitdragen wat ieders rol is met betrekking tot zaakgericht werken
- Elke maand presentatie van een nieuw filmpje (kort, vaak max. 30-40 seconden)
- Situaties schetsen van wel/niet goed gedrag rondom zaakgericht werken

### Inspelen op identiteit

We hebben een grote innerlijke behoefte aan een positief zelfbeeld. Zelfbeeld kan daardoor een krachtige drijfveer zijn voor gedrag. Wanneer iemands identiteit wordt bedreigd, kan er juist weerstand optreden. Verschillende interventies benutten dit gegeven om gedrag te veranderen. Wat zou voor jouw doelgroep kunnen werken?

**Aanspreken op rol (altercasting)**  
Met deze interventie plaats je iemand in een sociale rol om het bijbehorende gewenste gedrag te stimuleren. Dit kan op directe wijze, zoals de Belastingdienst doet. Die spreekt mensen aan in de rol van ouders die het belangrijk vinden om de zaken voor hun kind goed te regelen. Op die manier worden ze gestimuleerd om wijzigingen die relevant zijn voor de kindertoeslag, op tijd door te geven. Daarnaast kun je indirect, door inzet van een boodschapper, de ontvanger automatisch in een bepaalde rol zetten. Zo roept een kind bij mensen beschermende gevoelens op. Dat kan effectief zijn om een boodschap over te brengen tegen bijvoorbeeld steekwapens.

**Trots aanspreken**  
Trots is een positieve emotie die mensen laat nadenken over zichzelf. Door mensen te complimenteren met hun gedrag, bijvoorbeeld milieuvriendelijk gedrag te prijzen, stimuleer je hen om vol te houden. Ook kun je inspelen op toekomstige trotse gevoelens die gepaard gaan met het gewenste gedrag, waarmee je de doelgroep stimuleert het ook daadwerkelijk te gaan doen. Dit kan bijvoorbeeld door beelden te laten zien van een persoon die vrijwilligerswerk doet en hiervoor wordt geprezen door diens omgeving.

**Persoonlijk maken**  
Ifs een ggen aan rief met een 'Geachte lezer'.

**W**  
**He**  
**do**

GESCHIKT  
 ONGESCHIKT



Landmacht comercial: Geschikt / Ongeschikt - Vergaderen

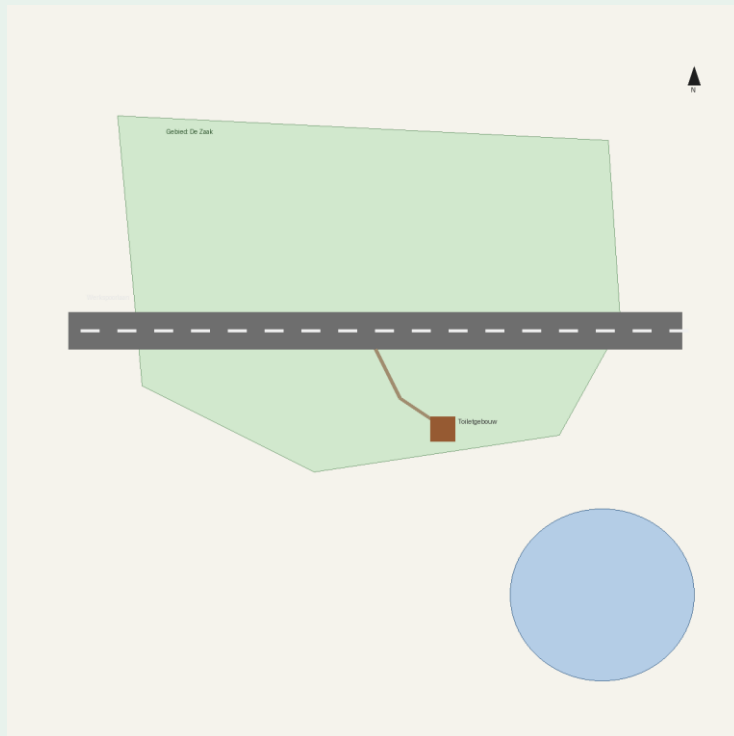


# Interventie 2: Geschiedt/ongeschiedt



# Interventie 3: Escaperoom

- Escaperoom 'WOO-verzoek de Zaak'



## FACTUUR DECODER – SPELERPOSTER

Gebruik alleen de drie vergelijkingen hieronder. Vul daarna de waarden in en reken de factuur uit.

1) ★ + ▲ = 7

2) ▲ + ● = 9

3) ★ + ● = 10

### TIP

- Combineer de vergelijkingen. Denk aan optellen/afrekken tussen formules.
- Noteer tussenstappen op papier.
- Gebruik alleen ★, ▲ en ●. Andere symbolen in de ruimte horen NIET bij deze puzzel.

Vul hier de waarden van de symbolen in:

▲ = \_\_\_\_\_ ● = \_\_\_\_\_ ★ = \_\_\_\_\_

Reken de factuurregels uit (vul in):

- Architectonisch ontwerp:

▲▲★ →

- Constructieberekeningen:

●● →



**Vragen?**

