



Belastingdienst

17-3-2021

Communicatieplan HVB

Het herstellen van het vertrouwen in de
Belastingdienst van burgers, bedrijven en
medewerkers

Corporate Dienst Communicatie



Inhoud

- Inleiding en uitgangspunten communicatie HVB
- Doelgroepen
- Communicatiedoelen en – strategie (hoe)
- Organisatie van de communicatie
- Status en voortuitblik
- Wat vragen we van de Stuurgroep HVB?



Inleiding en uitgangspunten communicatie

Inleiding

Voor u ligt een samenvatting van het communicatieplan HVB. Deze is nog niet volledig. Vanuit deze basis worden er per project (deel)communicatieplannen gemaakt. Een apart plan voor de FSV brief (4a) is gereed en de communicatie voor BZB (4b) en TSV (3) wordt nu voorbereid.

Doel van dit document is het delen van de communicatiedoelen, hoe bereiken we deze en wat gaan we concreet doen. We vragen hier uw goedkeuring op. Daarnaast willen we graag de samenwerking en verantwoordelijkheden van de Stuurgroep en Communicatie concreet maken inclusief het accorderingsproces.

Uitgangspunten voor de in- en externe communicatie

Het is belangrijk om de in- en externe communicatie goed uit te kunnen voeren zodat er geen ruis ontstaat. Dit doen we door:

- In lijn met de (meerjaren) visie van de Belastingdienst
- tijdige en concrete communicatie (eerst in- dan extern)
- een consistent en empathische storyline (en antwoord op de vragen die we krijgen) uit te dragen
- in de boodschap is het waarom via de hoe naar de 'what's in it for me' leidend
- er wordt altijd een handelingsperspectief geboden
- we zeggen wat we doen en doen wat we zeggen
- als we niet over de inhoud kunnen communiceren doen we het over het proces.

Doelgroepen



Extern

- Burgers die in FSV vermeld staan (Toeslagen en BD)
- Bedrijven (en ZZP'ers en ondernemers) die in FSV vermeld staan
- Media/pers
- Ouderpanel (Toeslagen)
- Alle burgers en bedrijven = de maatschappij
- Zaakwaarnemers
- Politieke stakeholders
- Convenantpartners (via programma)

Stakeholders (via contactpersonen/projectleiders)

- Ombudsman
- KvK
- Autoriteit Persoonsgegevens
- Consumentenbond
- Brancheorganisatie MKB
- Het Ouderpanel
- ADR
- Stichting Lezen en Schrijven
- 1879532 ▪ Autoriteit Persoonsgegevens

Intern

Stuurgroep, programmteam en projectleiders HVB en Issueteam Comm
Team BD (top 25)
Leidinggevenden BD (1500)
Medewerkers BD (30.000)
CAF collega's
Team Intensief Toezicht
Betrokken doelgroepen P, GO en MKB, UHT, CAP en Toeslagen
KI&S/Social Media/Webcare etc.
Communicatie collega's MinFin (woordvoerder en adviseur) en coördinatoren
Collega's FIOD en Douane
Collegapanel (nog op te richten)
Communicatiecollega's CDC en P, GO, MKB, CAP, UHT en Toeslagen
OR/GOR



Communicatiedoelen intern

- Medewerkers weten het waarom, hoe (en wat dit voor hen betekent) van het omgaan met gegevens en waar HVB aan werkt.
- Medewerkers hebben eerlijke, tijdige, passende en consistente informatie over (indien relevant) inhoud, proces, planning en voortgang van de diverse projecten HVB.
- Medewerkers hebben handelingsperspectief om hun vragen, meningen en emoties te delen.
- Betrokken medewerkers en leidinggevenden (en KI&S) weten tijdig waarom en wanneer een HVB actie of informatie hen raakt en wat te doen.
- Leidinggevenden zijn in staat om hun medewerkers te ondersteunen.
- Medewerkers voelen zich extra geïnformeerd en gesteund door echte verhalen (successen en dilemma's) die BD breed worden gedeeld door medewerkers en vakspecialisten.
- Alle interne doelgroepen worden eerst via onze interne middelen geïnformeerd en niet door de media.

Hoe gaan we dit bereiken?

- Door betrokken medewerkers goed mee te nemen in het communicatieproces en te vertellen wat wij van hen verwachten, weten zij wat hun rol is.
- Met tijdige, consistente en herkenbare boodschappen (en voorbeelden en visualisatie) laten we de stappen (en deelprojecten) van HVB (en de medewerkers) naar de stip op de horizon zien (toekomstperspectief) via diverse interne communicatiemiddelen en updaten dit regelmatig.
- Door goed te luisteren en de dialoog aan te gaan met medewerkers, een collegapanel in te richten en concreet de communicatie te meten, weten we wat er speelt, creëren we draagvlak en kunnen we verbeteren en bijsturen waar nodig.
- Door leidinggevenden te voorzien van een verhaallijn en FAQ's kunnen zij de informatie duiden/vertalen naar hun teams en vragen/signalen bottum up naar HVB terugkoppelen.
- Door verhalen (successen en dilemma's) van de werkvloer BD breed te delen zien mensen wat er speelt en haken ze aan.
- Door continu medewerkers bewust te maken (actief aandacht besteden aan omgaan met gegevens en het waarom en hoe) blijft het onderwerp zichtbaar en leven.



Communicatiedoelen extern

- Stakeholders voelen zich goed geïnformeerd door hun contactpersonen over (en meegenomen in) de activiteiten die de Belastingdienst initieert (en de voortgang).
- Burgers en bedrijven worden tijdig, juist en empathisch geïnformeerd en op de hoogte gehouden van FSV, weten wat dat voor hen betekent en hebben een handelingsperspectief.
- Burgers en bedrijven vinden, indien gewenst, alle info over FSV en andere relevante info, op internet bd.nl/fsv
- Media/pers wordt, conform woordvoerderslijn reactief geïnformeerd en waar mogelijk pro actief, benaderd over de voortgang.
- Politiek is tijdig op de hoogte over inhoud en uitvoering HVB.

Hoe gaan we dit bereiken?

- Door al onze externe communicatie-uitingen continu te toetsen aan relevantie en empathie en burgers en bedrijven een handelingsperspectief te bieden.
- Door goed te luisteren naar burgers en bedrijven en waar nodig de dialoog aan te gaan, weten we wat er speelt en kunnen we de communicatie verbeteren en bijsturen waar nodig.
- Met een heldere verhaallijn en woordvoerderslijn en FAQ's zorgen we ervoor dat we allemaal hetzelfde verhaal naar buiten brengen.
- Door continue te monitoren (bij stakeholders, (social) media, Beltel, reacties en leesbaarheid intranet, managementsite, etc.) weten we wat er speelt en kunnen we daar onze communicatie op aanpassen.
- Door de communicatie met convenanten, stakeholders en politiek door de Stuurgroepleden te laten plaatsvinden, komt er geen ruis.



Organisatie van de communicatie (issueteam)

Communicatie door Issueteam 'omgaan met gegevens'

- Communicatieadviseur haalt informatie op bij Stuurgroep HVB
- Informatie delen en communicatiebijdrage leveren aan Programmateam en Projectleidersoverleg HVB
- Issueteam 'omgaan met gegevens'

--	--

HVB) zorgt voor verwezenlijken en monitoren communicatie van het programma HVB.

- Het issueteam zorgt voor de communicatie naar de communicatieverantwoordelijken in de BD onderdelen en Toeslagen en helpt hen.



Rol van de stuurgroep

Rol van de Stuurgroep

- Betrokken medewerkers moeten altijd vanuit de Stuurgroep (en projectleden), via de lijn (i.o.m. projectleider) vooraf geïnformeerd zijn voordat we breder communiceren
- Communicatie binnen het programma en naar Kerndepartementen en Politiek (o.a. de Stassen) verloopt via de Stuurgroepleden.
- Communicatie naar stakeholders gaat via de lijn en/of projectleiders.
- Informeren van collega directeurs (top 25) blauw, rood en groen gaat via de Stuurgroepleden
- We vragen de Stuurgroepleden, waar mogelijk, de HVB verhaallijn en actualiteiten (als ambassadeurs) actief uit te dragen naar hun achterban.



Status Communicatie en vooruitblik

- Door urgentie communicatie deelprojecten FSV brief en TSV focus wordt er nu gewerkt conform het communicatieplan voor FSV.
- Een storyline en FAQ's voor FSV brief, vervolg en inrichting TSV is gemaakt (project 3, 4a en 4b)
- Sinds deze week wordt er gewerkt aan een communicatieplan voor het vervolg op de FSV Brief, BZB (project 4B).
- Bijgaand de activiteiten voor de komende week. We zullen, elke week ter informatie een update naar de Stuurgroep sturen met daarin de gevraagde bijdrage van de Stuurgroep.



* Timing is afhankelijk van matdatum

Ter informatie | Planning communicatie en gevraagde bijdrage

Datum gereed*	HVB Prio	Intern / Extern	Communicatieproduct	Communicatiekanaal / te gebruiken door	Input van:	Review door:	Akkoord door:
	4a	Extern	Brief over vermelding FSV naar burgers & bedrijven	Informeren burgers en bedrijven met brief	Nvt	Nvt	
22-3	4a	Extern	Website bd/fsv met relevante informatie en aanmeldformulier	Briefontvangers	Nvt	Nvt	
22-03	HVB en 3, 4a, 4b	Intern	Verhaallijn en FAQ's omtrent HVB en specifieke projecten	HVB projectleiders, contactpersonen stakeholders, communicatieverantwoordelijken CDC en onderdelen, KI&S	Nvt	nvt	
22-3	HVB en 3, 4a en 4b	Intern	Informatie over status HVB: met name projecten 3, 4a en 4b	Top 25 informeren op hande zijnde activiteiten (FSV en TSV)	Stuurgroep	Nvt	nvt
23-3	HvB, 3, 4a en 4b	Intern	'Informatie' met kernboodschap en de drie meest gestelde vragen op intranet Managementsite (en alert)	Alle 1500 leidinggevenden van info voorzien zodat zij bij vragen van hun medewerkers goed geïnformeerd zijn en zaken kunnen duiden.	Nvt		nvt
25-3	HVB en 3, 4a, 4b	Intern	Artikel op intranet over het waarom en hoe, dilemma's en samenwerking HVB en FSV	Interview met om alle medewerkers BD te informeren.			
22-3	4a en 4b	Extern	Woordvoerderslijn en FAQ's gereed	Reactief door woordvoerder MinFin	Nvt	Nvt	?
30-03	HVB, 3, 4a, 4b	Intern	Actueel dossier 'omgaan met gegevens' op intranet updaten	Te raadplegen door medewerkers BD	Nvt	Nvt	nvt
30-03	4a	intern	Artikel op intranet over het proces en inhoud FSV brief	Interview met en om alle medewerkers BD te informeren	nvt		
1-4	4b	intern	Artikel op intranet over het proces en inhoud BZB	Interview met om alle medewerkers BD te informeren	nvt		