

2014

Belastingdienst Toeslagen

Team Handhavingsregie



Mkb servicedesk (2014).

[VERGROTEN DOELGROEPKENNIS]

Het doel van dit document is, om een (concept) plan van aanpak met betrekking tot doelgroepen weer te geven. Hoofdvraag is dan ook: "Hoe bepaal je je doelgroep? En welke doelgroepen verdienen meer aandacht bij Toeslagen?"

Inhoudsopgave

1. Aanleiding onderwerp *Vergroten Doelgroepkennis*

2. Plan van Aanpak

2.1. Beschrijving populatie Toeslagen

2.2. Bronnen

2.3. Bepalen Doelgroepen (signalen vanuit de samenleving)

2.4. Welke doelgroepen verdienen meer aandacht (specifiëren)

3. Gekozen Doelgroepen

1. Aanleiding onderwerp *Vergroten Doelgroepkennis*

Eén van de ontwikkelpunten die beschreven staat in het Handhavingsplan 2014 is: '*Meer doelgroepkennis*'. Toeslagen werkt aan de opbouw van doelgroepkennis. Door gebruik te maken van business intelligence en een eigen marktonderzoek. Zodat ieder de behandeling krijgt die hij verdient. Hier ligt de focus vooral op het proces voor het aanvragen van toeslagen. Dus voordat burgers Toeslagen aanvragen willen wij al weten waar wij een steentje kunnen bijdrage. Zodat aan het einde van een toeslagjaar het aantal burgers dat Toeslagen terug moet betalen minimaal wordt. De focus ligt dus vooral op doelgroepen die een steuntje in de rug nodig hebben. De nadruk binnen het Handhavingsteam ligt hierbij op de *dienstverlening*. Met deze aanpak zitten wij dus helemaal onderaan de handhavingspiramide. Hieruit zal blijken dat verschillende doelgroepen, elk een verschillend aanpak nodig hebben. Dit leidt waarschijnlijk tot een specifieke aanpak per doelgroep van Toeslagen. Vaak zal blijken dat het gaat om groepen waarbij er sprake is van een handhavingstekort. Ook gaat het waarschijnlijk om groepen die moeten terugbetalen, maar meestal niets te halen is. Nu rijst de vraag: "Maar wie zijn deze burgers dan? En hoe bepaal je je doelgroep? ". Aan het einde van dit document hopen wij de volgende hoofdvraag beantwoordt te hebben:

"Hoe bepaal je je doelgroep? En welke doelgroepen verdienen meer aandacht bij Toeslagen?"

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden, heb ik deze gesplitst in verschillende deelvragen:

Eerst gaat hoofdstuk 2 in op de *populatie van Toeslagen* en hoe deze eruit ziet. Vervolgens, in hoofdstuk 3, gaan wij kijken naar de *beschikbare bronnen* binnen Toeslagen om een inzicht te krijgen in hulpbehoevende doelgroepen. Aan de hand van signalen vanuit de bekeken bronnen worden *doelgroepen bepaald* in hoofdstuk 4 en in het volgende hoofdstuk *nader beschreven*. Als laatst, wordt er in hoofdstuk drie antwoord gegeven op de hoofdvraag. En zijn de *gekozen doelgroepen*, waarmee team Vergroten doelgroepkennis van het Handhavingsregie mee aan de slag gaat bekend.

2. Plan van Aanpak

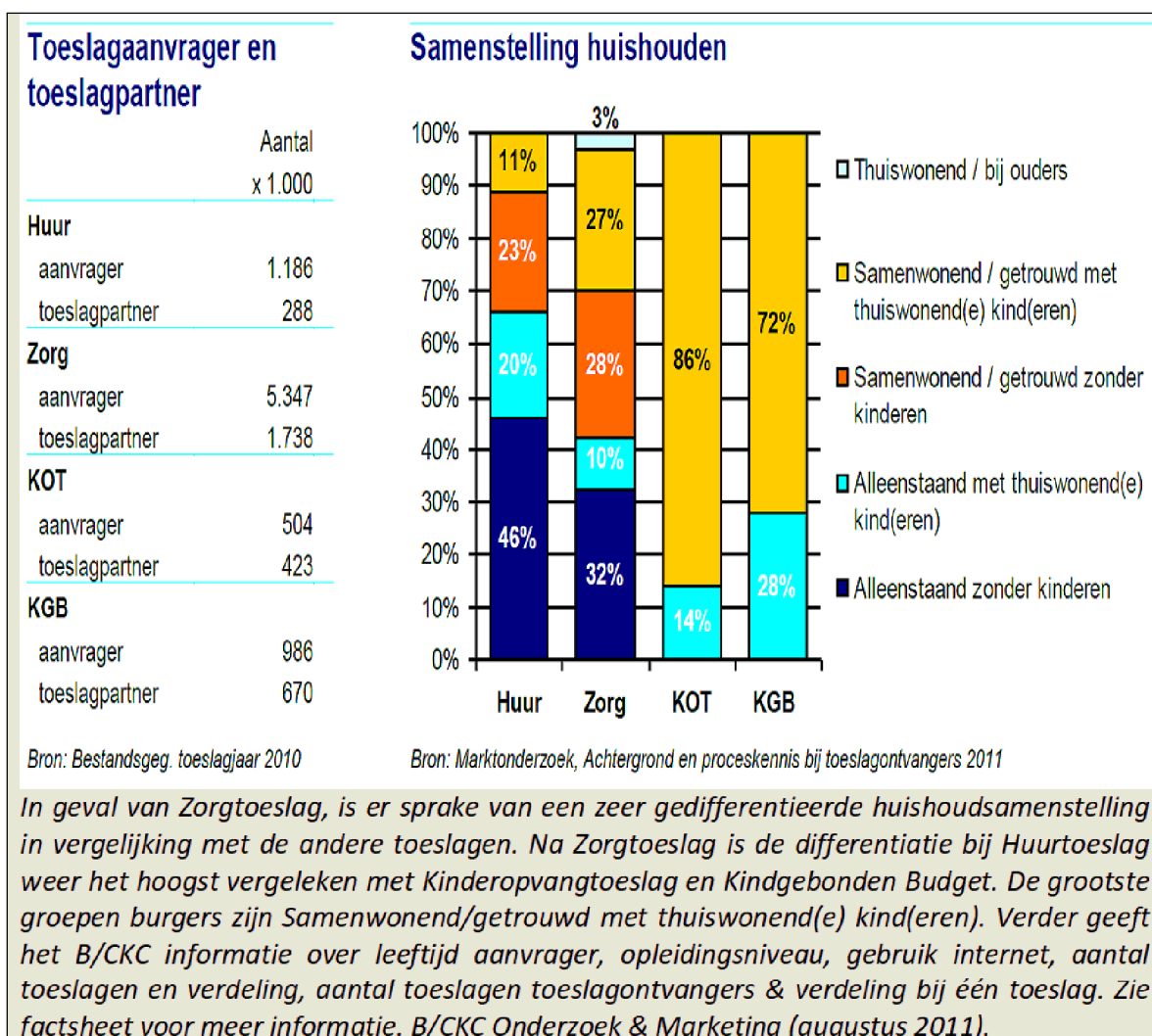
2.1. Beschrijving populatie Toeslagen

Om te bepalen welke doelgroepen binnen Toeslagen meer aandacht verdienen voor het proces van het aanvragen van toeslagen. Is het van belang om te kijken hoe de populatie Toeslagen eruit ziet. Zo kan je doelgroepen uitsluiten en keuzes maken voor subdoelgroepen. *De fiscale monitor meet sinds 1994 percepties en gerapporteerd gedrag van onder andere toeslaggerechtigden over het functioneren en het imago van de Belastingdienst, waardering van de dienstverlening, het aangifteproces en belastingmoraal en compliance* ("Fiscale Monitor 2013", z.d.). De Fiscale Monitor is een goede bron om te kijken hoe het gesteld is met onze populatie Toeslaggerechtigden. Een interessant gegeven is bijvoorbeeld dat de Fiscale Monitor heeft gemeten dat Toeslaggerechtigden het hoogst scoren m.b.t. non-compliance. Men geeft hiermee aan dat zij het zeer waarschijnlijk vinden dat een aanvraag voor een toeslag niet correct of volledig zou worden ingevuld. Met behulp van onder andere dienstverlening kan dit cijfer naar beneden gehaald worden. (https://www.fiscalemonitor.nl/cijfers-trends/S_1036_Toeslaggerechtigden18/S_1030_Non-compliance12/a1177_Non-compliance). Voortbouwend op de beschrijving van de populatie toeslagen. B/CKC Onderzoek en Marketing heeft voor ons twee interessante factsheets online staan, namelijk *factsheet Overlap* doelgroepen en *factsheet Toeslagen: Sociaal Demografisch*. Echter betreft het wel 'oude cijfers', misschien dat wij naar aanleiding van Vergroten Doelgroepkennis hier een update over kunnen uitvragen. Hieronder wordt verder ingegaan op informatie over doelgroepen wat al beschikbaar is.

Factsheet Overlap Doelgroepen

In 2011 hebben circa 13,2 miljoen burgers een relatie met de Belastingdienst. Een wijziging in inkomstenbelasting kan invloed hebben op het recht toeslagen. Maar het is niet zo dat iedereen die een toeslag ontvangt ook aangifte doet. Voor deze factsheet zijn cijfers gebruikt van aangifte inkomstenbelasting over 2010, voorlopige aanslag 2011 en toeslagen 2011. Zie factsheet voor meer informatie (B/CKC Onderzoek & Marketing, februari 2013).

Factsheet Toeslagen Sociaal Demografisch



2.3. Bronnen

Welke bronnen kunnen wij raadplegen om doelgroepen te bepalen?

Bronnen voor 'signalen'
Internet
Internet Service Center
Forums
Literatuur
Blogs
TVS, interne datasystemen

Partners (keten)
C&D, fraude team, behandel/risicoselectieteam/specials teams, ist team, kennisteam
Kracht van de verschillende inzichten
Brainstormsessies
Collega's HHR
Belastingtelefoon
Intermediairs
Humanitas

2.3. Bepalen Doelgroepen (signalen vanuit het land)

Het is de bedoeling om de doelgroepen zo behapbaar mogelijk te houden. Een analyse doelgroepkennis vergroten is iets nieuws binnen het Handhavingsregie team. De aandacht ligt meer op de dienstverlening. Van daar is het wenselijk om te werken met een kleine doelgroep. Voor het bepalen van onze doelgroepen zijn signalen vanuit de samenleving van belang.

<i>Signalen vanuit de samenleving/trefwoorden</i>
Laag inkomen + 0-beschikking
Tienermoeders

2.4 Welke doelgroepen verdienen meer aandacht bij Toeslagen?

Wees nauwkeurig in het beschrijven van je doelgroep. Houd het daarom ook niet te breed en groot. Denk hierbij bijvoorbeeld aan persoonlijke factoren (leeftijd, sekse, opleidingsniveau, economische positie, ervaren kwetsbaarheid). De sociale omgeving heeft invloed op de persoonlijke factoren. Net als de institutionele omgeving, fysieke omgeving en media omgeving en het algemeen maatschappelijk context. Beleid heeft voornamelijk invloed op de situationele factoren: institutionele (instanties), sociale (buurten) en fysieke (digitale) omgeving, niet-compliance (relaties) omgeving. (Centrum voor Criminaliteitspreventie Veiligheid [CCV], 2013). Hierbij kan: "Mijn Onbegrijpelijke Overheid" van de Nationale Ombudsman als leidraad werken.

3. Gekozen Doelgroepen

Het doel van dit document is om de volgende hoofdvraag te kunnen beantwoorden:

“Hoe bepaal je je doelgroep? En welke doelgroepen verdienen meer aandacht bij Toeslagen?”

Om dit te kunnen beantwoorden is het de bedoeling om eerst de deelvragen hierboven beantwoord te hebben. Namelijk “Hoe ziet onze populatie Toeslagen er uit? Welke beschikbare bronnen zijn er? En welke signalen kan je hieruit opmaken? Vervolgens kunnen wij deze signalen omzetten in trefwoorden en aan de hand van brainstormsessie te nader te benoemen doelgroepen bepalen. Die volgens Handhavingsregie meer aandacht verdienen in het begin van het proces, zodat burgers de behandeling krijgen die zij verdienen.

CONCEPT

Literatuurlijst

Internet:

B/CKC Onderzoek & Marketing (augustus 2011). Factsheet Toeslagen: Sociaal Demografisch. Utrecht: Erik Greev; Corina Oortwijn.

B/CKC Onderzoek & Marketing (februari, 2013). Factsheet Overlap Doelgroepen. Utrecht: Matthijs Tegeler.

Centrum voor Criminaliteitspreventie Veiligheid (2013). Veiligheidsbeleving; Beïnvloedbare factoren; Persoonlijke factoren. Utrecht: Eysink Smeets.

Fiscale Monitor 2013. (z.d.). Verkregen op 22 mei, 2014, van <https://www.fiscalemonitor.nl/>.

Mkbservicedesk (2014). Hoe bepaal ik mijn doelgroep? Utrecht: Kim Loohuis.