

COMMUNICATIEPLAN BELASTINGDIENST / TOESLAGEN

Bouwen aan vertrouwen

Versie 1.0

17/09/2019

DOELEN COMMUNICATIE

Het eerste doel van de communicatie-aanpak rond Toeslagen is het herstellen en versterken van het vertrouwen van de samenleving (burgers, stakeholders, politiek, media) in de werkwijze van de Belastingdienst (Toeslagen). In engere zin betreft dit de werkwijze en aanpak rond toeslagen gastouderopvang (CAF-11) en vergelijkbare gevallen. Hier richten zich de onderzoeken van de commissie Donner (1^e deelonderzoek) en de ADR op.

Een tweede doel is het behoud van het intern vertrouwen en motivatie binnen de organisatie van de Belastingdienst.

Het CAF dossier is de laatste in een reeks dossiers die er toe geleid hebben dat voor het zomerreces cultuur als vierde pijler is toegevoegd. Zo raakt het ook het bredere vernieuwingstraject Belastingdienst 'Beheerst vernieuwen'

Daarnaast zal het bredere thema over de toekomstige inrichting van het Toeslagenstelsel op de agenda komen door het eindrapport van de commissie Donner (december) en het IBO-rapport. Voor de uiteindelijke visie en keuzes ten aanzien van de toekomst van het toeslagenstelsel geldt het politieke primaat (kabinet, Tweede Kamer), waarbij de Belastingdienst gevraagd wordt wat de uitvoerings- en organisatie consequenties kunnen zijn van de mogelijke opties.

In de hele communicatie-aanpak is het juist bij dit dossier van groot belang om de samenhang tussen beide doelen en ook de wisselwerking tussen externe en interne communicatie goed te managen. Daarbij is er volledige samenwerking tussen Min Fin en Belastingdienst vanuit de eigen rollen en taken.

COMMUNICATIEKADER

Om de bovengenoemde doelen te realiseren, is het belangrijk om in de gehele aanpak (extern en intern) te sturen vanuit een communicatiekader, dat ook rechtstreeks raakt aan de interne waarden van het Ministerie van Financiën en de Belastingdienst. Zo kunnen communicatie en gedrag elkaar versterken (woord en daad, 'practice what you preach'). Zodat uiteindelijk de communicatie geloofwaardig is en daarmee het vertrouwen kan groeien.

Voor het communicatiekader gaan we uit van de volgende uitgangspunten:

- Mensgericht en sensitief voor de reële problemen van ouders
- Benoemen fouten, onrechtmatigheden en wat is mis gegaan
- Ontwikkelingen plaatsen in de tijd (verleden-heden-toekomst)
- Verbetermaatregelen zichtbaar maken (lerende organisatie, herkenning van de gestelde gebreken)
- Eerlijk en integer
- Open en transparant
- Zorgvuldig en correct
- Voorkomen defensieve communicatie

Het is nu nog te vroeg om nadruk te leggen op wat er goed gaat. Dat zal eerder als defensief worden gepercipieerd. Dit zal worden geduid als een organisatie die onder vuur ligt en die niet wil/noodzaak inziet om te veranderen. Ook is het nu nog te vroeg om te benadrukken hoe moeilijk het allemaal is (zelfs als we weten dat dit het geval is) want dat geldt ook voor heel veel andere organisaties. Nadruk leggen op verbeteracties draagt op dit moment eerder bij aan doel om vertrouwen te herstellen.

Op basis van het omgevingsbeeld en externe ontwikkelingen, kunnen we later het communicatiekader uitbreiden met:

- Evenwicht brengen in het debat (realisme)– oa spanning/dilemma tussen fraudebestrijding en dienstverlening. En ook: wat gaat er wel goed
- Context geven zoals organisatie ontwikkeling, complexiteit toeslagensystematiek, maatschappelijke trends

OMGEVINGSBEELD

Hier geven we een korte analyse vanuit de verschillende stakeholders en arena's. Dit schetst het krachtenveld en belangrijkste ontwikkelingen die van invloed zijn op de gekozen communicatie-aanpak. Tegelijk zullen vanuit de Taskforce Communicatie Toeslagen de verschillende stakeholders en issues permanent gemonitord worden zodat eventuele snelle actie mogelijk is.

Daarnaast zullen we monitoren wat de toon is van het debat, de positie van de verschillende stakeholders. Maar ook of er eventueel een verschuiving komt in de issues en de gekozen frames.

EXTERN

Het omgevingsbeeld extern laat zien dat de gemoederen hoog zijn opgelopen: er ligt een zwartboek met klachten, veel ouders melden zich in de media en TK-leden hebben de staatssecretaris in de Tweede Kamer ter verantwoording geroepen. De emoties zitten uiteraard het sterkst bij de betrokken ouders, maar dat vertaalt zich ook in de media en in de politiek. Het algehele beeld is dat de Belastingdienst de belangen en rechtspositie van ouders uit het oog is verloren. En hen daarmee in grote financiële problemen heeft gebracht. In de Tweede Kamer en media zijn zorgen of de dienst de gestelde gebreken wel herkent/erkent. Die zorgen zijn er omdat het al sinds 2014 duurt en er al eerdere signalen waren van oa de Ombudsman. Dit alles draagt bij aan een breder negatief beeld over de Belastingdienst waar meerdere problemen zich hebben voorgedaan, maar de oplossingen niet altijd direct zichtbaar waren.

a. Politiek

De Tweede Kamer is al langer kritisch over de wijze waarop de Belastingdienst Toeslagen de handhaving heeft uitgevoerd mede naar aanleiding van eerdere rechtszaken, uitspraken van de Raad van State en rapporten van o.a. de Ombudsman. Dit kwam weer op scherp door de media aandacht in mei dit jaar. De kritiek geldt zorgvuldigheid, menselijke maat, etnisch profileren en transparantie. De meest kritische inbreng in de Vaste Kamercommissie Financiën komt van CDA, SP en DENK. De kritiek vanuit de Tweede Kamer is ook breder, over de werkwijze en cultuur van de Belastingdienst als geheel. Dit is tot uitdrukking gekomen tijdens Kamerdebatten, waarin de staatssecretaris zich de kritiek aantrok, excuses heeft aangeboden en verbetering beloofde.

Door de gehele voorgeschiedenis rond andere dossiers (vertrekregeling, ICT) en de kritiek op eerdere staatssecretarissen, wordt er momenteel in 'Den Haag' sowieso met extra zorg naar de Belastingdienst gekeken. Tegelijkertijd is er wel politieke steun vanuit de coalitie voor de aanpak van de staatssecretaris.

Alle aandacht voor de CAF brengt in de politiek en media ook in beeld dat het uitkeren van toeslagen (rood) een wezenlijk ander proces is dan het innen van belastingen (blauw). Met daarbij de notie dat bevoorschotting ook frauderisico's in zich kan bergen. Dit krijgt nu enige aandacht. De verwachting is dat rond het uitbrengen van eindrapport Donner deze noties over wetgeving en stelsel in het politieke debat aan de orde zullen komen.

b. Aanbieders

De focus ligt sterk op één aanbieder, gastouderbureau [] uit [] waarmee de CAF 11 zaak is begonnen. Eigenaar de [], bestrijdt dat er fraude heeft plaats gevonden bij [].. De rest van de kinderopvangsector houdt zich op de vlakte, inclusief de stakeholders Brancheorganisatie Kinderopvang, Branchevereniging Ondernemers Kinderopvang, Kinderopvangtotaal (vh MO Groep Kinderopvang) en Branchevereniging Maatschappelijke Kinderopvang. Het gaat ook niet over de eventuele fraudegevoeligheid van de sector als geheel.

Het is des te belangrijker om nu een beeld te krijgen van wat deze stakeholders vinden, om zo bijtijds te weten wat er speelt in de relatie met de Belastingdienst.

Verder: als gevolg van het ADR-onderzoek kunnen er straks wel meer kinderopvangaanbieders in beeld komen. Daarnaast gaan waarschijnlijk oudere KOT-dossiers zoals [] Tonga en [] opnieuw opspelen. De vraag is hoe die zich dan in de openbaarheid gaan roeren.

c. Cliënten/burgers

Bij betrokken cliënten zijn veel emoties en ook onbegrip over de handelwijze van de Belastingdienst. Daar leven verschillende sentimenten:

- Belastingdienst heeft geen oog voor de menselijke maat
- Belastingdienst heeft proces niet op orde
- Belastingdienst handelt onrechtmatig
- Belastingdienst houdt (dossier)informatie achter
- Belastingdienst doet aan etnisch profileren
- 'Kafka'-gevoel, mensen kunnen niet 'winnen' van de Belastingdienst

Een deel van de cliënten uit deze sentimenten ook duidelijk in de media. Een veelgehoorde klacht is dat ze onterecht door de Belastingdienst worden weggezet als fraudeurs en dat is in strijd met hun eigen rechtsgevoel. Daarnaast is een deel van de cliënten in financiële problemen geraakt en zijn ze geconfronteerd met de eis tot betaling van enorme bedragen (10.000'en euro's) wat een gevoel van wanhoop geeft. Ze ervaren de Belastingdienst als onbenaderbaar en kil. De lopende rechtszaken houden dat sentiment en dat beeld in stand. De staatssecretaris en ambtenaren [] hebben persoonlijk gesproken met een deel van de ouders in de CAF-11 zaak, waarin deze beelden en emoties werden benoemd.

Een deel van de ouders wordt bijgestaan door een [] die ook actief de media zoekt.

BOink vertegenwoordigt de ouders in de kinderopvang en is ook zeer kritisch over de CAF-afhandeling. Ze zijn mede-opsteller van het zwartboek. Tegelijk is BOink ook partner van de Belastingdienst in het verbetertraject KOT. Daar is de samenwerking goed, wat BOink ook in de media heeft benoemd (CHECK CONCREET).

De Bond van Belastingbetalers hebben eveneens het zwartboek mede aangeboden.

Bij klantinteractie Belastingdienst komen intussen weinig vragen binnen over CAF-11. Zonder oproep te doen, zijn er nu 37 meldingen gekomen waarbij mensen verwijzen naar de behandeling in de CAF-11 zaak en aangeven het zelfde te hebben meegemaakt.

d. Media

De CAF zaak is vanaf mei breed uitgemeten in alle media. Alle media volgen de ontwikkelingen nauwgezet, waarbij telkens ook de verbinding wordt gemaakt de eerdere problemen rond de Belastingdienst (NRC, FD). Daarbij is er vanuit de media ook veel aandacht besteed aan de klokkenluiders-kwestie en aan etnisch profileren.

[] (RTL) en [] (Trouw) volgen extra kritisch de CAF-zaak en in het functioneren van de Belastingdienst. Ze benadrukken dat de Belastingdienst grove fouten heeft gemaakt en dat hier sprake is van een structureel probleem dat symptomatisch is voor de werkwijze en cultuur van de Belastingdienst ('Kafka'). Zolang er geen nieuwswaardige feiten komen, lijkt de overige pers hun berichtgeving niet over te nemen.

Verder zijn er WOB-verzoeken vanuit de media (RTL en Trouw).

e. Overige stakeholders

Een stakeholder die een actieve rol speelt in de CAF-zaak is de Ombudsman. Deze was vanaf het begin al kritisch en noemt de aanpak door de Belastingdienst 'onevenredig hard' in het rapport *Geen powerplay, maar fair play* (2017). De kritiek van de Ombudsman richt zich op het onvoldoende laten meewegen van burgerperspectief en het creëren van onzekerheid en financiële problemen bij burgers. In het kielzog roert zich de Kinderombudsman, die wijst op de belangen van het kind.

De Raad van State heeft in 2017 uitspraak gedaan dat de preventieve stopzetting als onrechtmatig werd beoordeeld.

De Algemene Rekenkamer richt zich in de media op de bredere problematiek rond de Belastingdienst. Ze leggen hierbij sterk de verbinding met complexiteit van regelgeving, de inrichting van het toeslagenproces. Ze spreken van een beeld van 'chaos' en een 'giftig mengsel'.

GGD'en spelen een belangrijke en formele rol in het signaleren van problemen bij de kinderopvang. Zij hebben in de hele zaak vooralsnog geen externe positie ingenomen.

f. Beleidsdepartementen

De Belastingdienst Toeslagen voert de wetten uit voor de beleidsdepartementen SZW, BZK en VWS. Het beleidsdepartement voor de kinderopvang, SZW, blijft in de discussie en in de media nog vrijwel geheel buiten beeld. De staatssecretaris heeft samen met de staatssecretaris van SZW afgesproken om de huidige jaarsystematiek van de kinderopvangtoeslag en de bijbehorende wettelijke bepalingen tegen het licht te houden. Daar komt ook de vraag aan de orde of de huidige kinderopvangwetgeving de uitvoering door de Belastingdienst niet te veel belemmert in het hanteren van de menselijke maat (weinig ruimte voor hardheidsclausules, kwijtschelding etc.).

INTERN

Belastingdienst

Per definitie heeft een organisatie die onder externe druk staat vaak intern een ander (zelf)beeld dan het beeld dat de omgeving heeft. De buitenwereld legt immers sterk de nadruk op de fouten en onvolkomenheden, terwijl intern de beleving is dat er juist heel veel (ook) goed gaat. En waar de buitenwereld bewuste opzet vermoedt, is de interne organisatie juist overtuigd van de eigen goede intenties en inspanningen. Het wordt dan vervolgens allemaal zwart-wit, er is geen ruimte meer voor nuances, maar ook niet voor zelfreflectie. Het risico is dat de organisatie vervolgens in zijn schulp kruipt, waardoor de afstand met de buitenwereld alleen maar groter wordt, inclusief het ontwikkelen van een tunnelvisie. Terwijl de kritiek dus maar blijft groeien. Dat mechanisme zien we ook ontstaan bij de Belastingdienst en de kunst is om dat in het handelen (en daarvan afgeleid in de communicatie) te doorbreken en in positieve zin om te buigen.

Een thema is het bewaken en bewaren van de onderlinge cohesie en saamhorigheid in de Belastingdienst inclusief de solidariteit tussen 'rood' en 'blauw'. Intussen is een start gemaakt met een interne campagne 'Wij zijn de Belastingdienst', waarin veel aandacht is voor het menselijke gezicht, de verhalen van de eigen collega's. Dat zal kunnen bijdragen aan het onderling begrip en het versterken van de menselijke maat binnen het professionele handelen van de Belastingdienst. Bij die menselijke maat gaat het dan onder andere om billijkheid en nuance, het toelaten van twijfel. Daar hoort dan bij het kunnen hanteren van meerdere perspectieven en die ook laten meewegen. Daar waar nu vaak vooral de nadruk ligt op eenduidigheid en efficiency. Dat moet zich dan wel vertalen in competenties, sturing en gedrag.

De Belastingdienst heeft meerdere malen kenbaar gemaakt, ook in rapportages aan de Tweede Kamer, dat de werkdruk hoog is. Heel veel energie en werk zit in het afhandelen van lopend werk (continuïteit) en in het aanpakken van problemen uit het verleden, zoals nu de CAF-zaak. Ook worden de complexiteit van de regelgeving en de stapeling van nieuw beleid als belemmering genoemd. Daarmee was er volgens de organisatie nog niet genoeg tijd en ruimte voor het maken van zichtbare verbeterstappen gericht op de toekomst. Tegelijk zijn er wel vernieuwingstrajecten in gang gezet en worden in de werkprocessen Toeslagen al concrete verbetermaatregelen genomen, die echter nog niet altijd als zodanig herkenbaar zijn.

De politieke leiding van het Ministerie van Financiën toont zich nadrukkelijk verantwoordelijk voor het maken van zichtbare verbeterstappen bij de Belastingdienst. Dit is ook aan de Tweede Kamer gemeld onder andere in de laatste voortgangsbrief over de aanpak 'Beheerst vernieuwen'.

BOODSCHAP

We maken een kernverhaal dat de basis vormt voor alle vormen van externe en interne communicatie. Dit verhaal sluit rechtstreeks aan op het (huidige) omgevingsbeeld, om daarmee effectief te zijn in de communicatie. Uiteraard zal dit binnen de lijn zijn zoals die tot nu toe al is gehanteerd door de staatssecretaris. Ter ondersteuning van het kernverhaal hebben we ook een message house gemaakt. Hierin concrete acties die in de verdere communicatie ondersteuning bieden aan het kernverhaal van de Belastingdienst. Daarbij hebben we een hele korte kernboodschap, die continu kan terugkeren.

Het kernverhaal is opgeschreven op basis van de uitgangspunten van het communicatiekader. Het kernverhaal bestaat uit twee onderdelen: een eerste deel voor extern en intern tegelijk. En een toevoeging alleen voor intern (desgewenst te gebruiken).

Kernverhaal – Bouwen aan vertrouwen

EXTERN EN INTERN

De Belastingdienst is doorgeschoten in de fraude aanpak van toeslagen kinderopvang. Gezinnen zijn daardoor financieel benadeeld, ze zijn onnodig lang in onzekerheid gebleven en ze zijn aangetast in hun rechtsgevoel omdat zij werden gekwalificeerd als fraudeur. Dat betreuren wij ten zeerste en daar bieden wij onze excuses voor aan.

De Belastingdienst heeft daarbij te veel geopereerd vanuit fraude vermoedens en te weinig vanuit effecten op de burgers. Toeslagen zijn te abrupt stopgezet. Binnen een kader van strikte regelgeving en jurisprudentie, had de Belastingdienst toen onvoldoende oog voor problemen van ouders. Met het inzicht van vandaag willen we dit herstellen.

Als eerste doen we er nu alles aan om de problemen voor de betrokken ouders zo snel mogelijk op te lossen. Daarom is de commissie Donner gevraagd om met aanbevelingen te komen voor concrete maatregelen voor ouders. Wij gaan daarmee tegemoet komen aan hun financiële probleem, maar ook aan de aantasting van hun rechtsgevoel.

We doen alles wat mogelijk is om te voorkomen dat deze fouten in de toekomst opnieuw worden gemaakt. Om te voorkomen dat burgers onterecht benadeeld worden.

De Belastingdienst gaat daarom alle werkprocessen die te maken hebben met fraude aanpak toeslagen doorlichten en verbeteren. Daar zijn intussen al concrete stappen in gezet en het komende jaar gaan we daar voluit mee door. En we werken met ministerie SZW aan voorstellen voor verbetering regelgeving kinderopvang.

We zorgen dat in de uitvoering, waar de situatie er om vraagt, ruimte is voor een individuele benadering. Om een hoogwaardige dienstverlening te kunnen bieden aan burgers, waar meer aandacht is voor de menselijke maat. En om te handhaven op een wijze die effectief is, maar ook de rechten van burgers waarborgt.

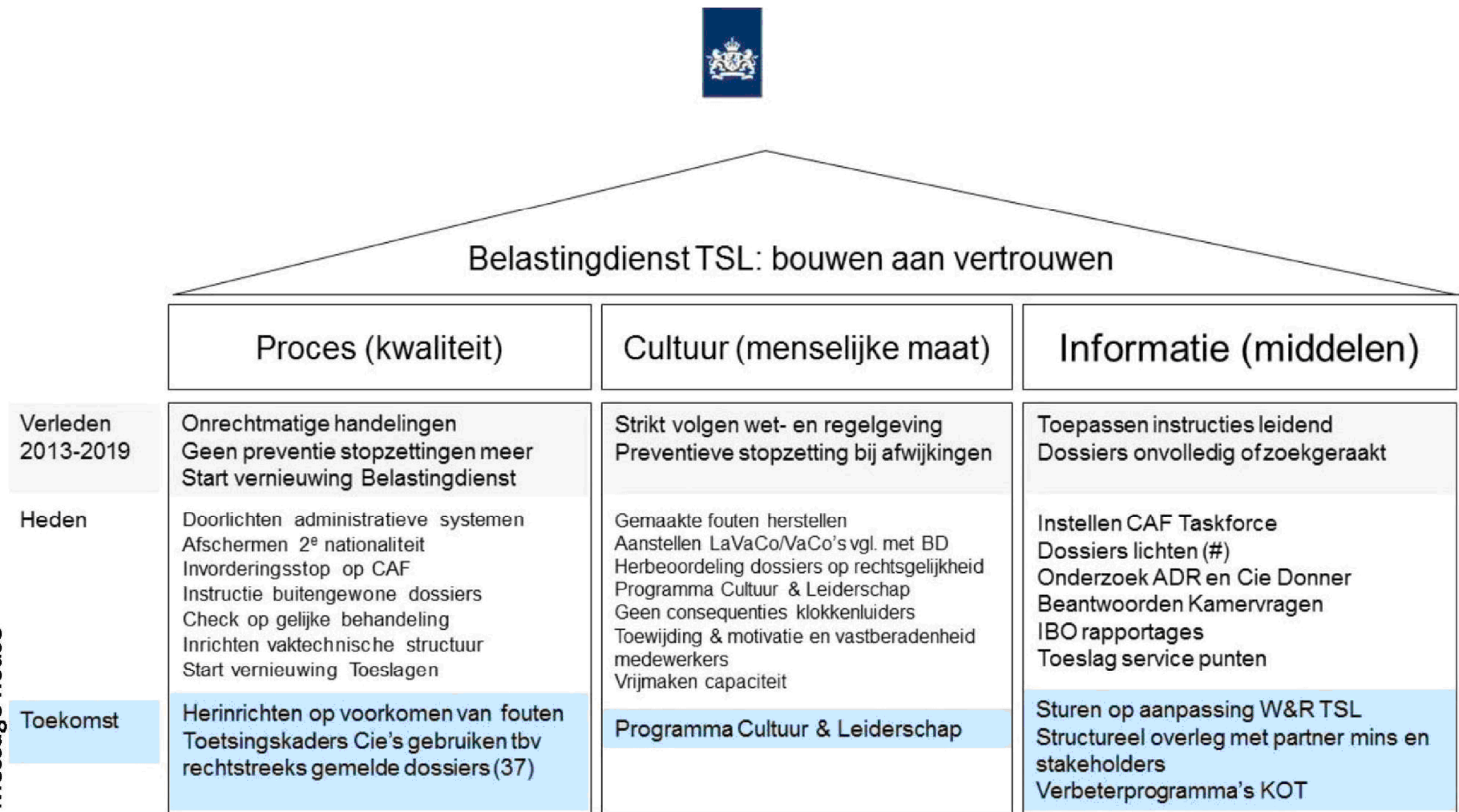
INTERN (TOEVOEGING)

De leiding en medewerkers van de Belastingdienst werken met enorme toewijding en inzet voor de publieke zaak. Er wordt veel van de organisatie gevraagd, dat is niet altijd makkelijk. En de wetten en regels die we moeten uitvoeren zijn soms ingewikkeld en beperkend. Maar we willen wel het beste kunnen leveren. Daarin worden soms fouten gemaakt, maar we willen ook leren van onze fouten. Om zodoende onze organisatie te blijven verbeteren. En gelukkig gaat er veel goed, de basisdienstverlening aan miljoenen burgers en bedrijven is van hoog niveau en zeer efficiënt. Daarbij hoort ook een goede individuele benadering in die gevallen waar dat echt nodig is. Daar werken we aan.

We zijn een overheidsdienst die er is voor alle Nederlanders. Daarom willen we rekenschap afleggen over ons werk. We willen ons meer open stellen voor signalen van buiten en vaker samenwerken met anderen. Dat alles draagt bij aan de verdere verbetering van de Belastingdienst, waar onze mensen met trots kunnen werken. En we menen dat we op die manier verder kunnen blijven bouwen aan vertrouwen.

Kernboodschap

- De Belastingdienst is doorgeschoten in de fraude aanpak van toeslagen kinderopvang. En heeft daarbij gevolgen en impact van ouders uit het oog verloren.
- Dat betreuren we zeer. De ouders waar het om gaat komen we tegemoet.
- En we zorgen dat in de uitvoering, waar de situatie er om vraagt, ruimte is voor een individuele benadering



ACTIES EN MIDDELEN

Hier geven we aan welke communicatie-acties we voorstellen inclusief inzet van communicatiemiddelen. Daarbij geven we concreet aan wat er aan inhoudelijke input nodig is om effectief te zijn als organisatie in de communicatie

Algemeen

- Lijst van lopende verbeteracties opstellen (+ communicatief maken)
- Om alle communicatieve risico's rond de verschillende rapporten scherp te krijgen, is het voorstel om vooraf intern een 'zwartkijk-sessie' te houden.
- Er komt als basis een dossier op intranet (Belastingdienst.Vandaag) voor de interne medewerkers, zodat deze de informatie actueel vanuit de eigen organisatie ontvangen.
- Dossier op website Belastingdienst (over-ons.belastingdienst.nl). In het dossier op de externe website krijgen werking Belastingdienst, werking Toeslagen en de achtergronden rond specifieke dossiers als CAF een plek. Daarin kunnen alle betrokkenen (burgers, stakeholders, politiek, media) de noodzakelijke feitelijke en verklarende informatie vinden. Dit wordt een permanent dossier dat telkens wordt aangevuld en geactualiseerd in aanvulling op publicaties van het Ministerie van Financiën op rijksoverheid.nl.
- Stakeholderbijeenkomst/gesprekken aanbieders kinderopvang om daarmee een goed beeld te krijgen wat er speelt in de sector.
- Stakeholder engagement is van groot belang om te kunnen 'bouwen aan vertrouwen' in de buitenwereld. Zeker in de domeinen van Toeslagen (kinderopvang, zorg, wonen), waar sprake is van veel maatschappelijk betrokken belangenorganisaties. Voorstel is om een apart deelplan 'Stakeholder engagement Belastingdienst Toeslagen' te ontwikkelen met bij aanvang bijzondere aandacht voor het veld van de kinderopvang
- Monitoring en analyse (wekelijkse rapportage): media, social media, stakeholders, burgervragen met daarin omgevingsbeeld
- Werkbezoek staatssecretaris medewerkers Toeslagen
- Follow up (evt): werkbezoek Tweede Kamer commissie bij Belastingdienst Toeslagen
- Communicatie-voorstel discussiereeks Belastingdienst. Het is goed om maatschappelijke issues en dilemma's bijtijds te herkennen. Daarmee toont de Belastingdienst zich dan als een overheidsorganisatie die sensitief is voor ontwikkelingen in de samenleving. Advies is om volgend jaar te starten met een aantal discussie-bijeenkomsten rond maatschappelijke issues/dilemma's die raken aan het werk van de Belastingdienst.

a. Rapport Donner deel 1 CAF-11

De eerste aandacht is gericht op de aanbidding van deel 1 van het rapport Donner (eind september/begin oktober).

Acties en middelen:

- Scenario's uitwerken varianten adviezen Donner
- Mediaplan Min Fin rond persconferentie Donner
 - Persreactie staatssecretaris
 - Interviews staatssecretaris
 - Afstemming met woordvoerder Donner

- Social media Min Fin en Belastingdienst (twittercard, videoboodschap, factsheet)
- Dossier CAF 11 op websites Belastingdienst in aanvulling op publicaties op Rijksoverheid.nl
 - Kernboodschap
 - Tijdlijn
 - Q&AS
 - links
- KI&S, LIC en kantoor Toeslagen (o.a. Belcentrum en Team Vraag) voorbereiden burgervragen incl telefonische afhandeling
- Communicatie met cliënten CAF-11 (telefonisch, brief) - bij voorkeur gelijk met openbaarheid rapport. Om zo zelf de rechtstreekse communicatielijnen te houden met de ouders en daarmee voorkomen dat ze de boodschap via andere kanalen ontvangen. Mochten ouders 1 of 2 maanden moeten wachten zonder uitsluitel, dan zal dat hun vertrouwen in de Belastingdienst verder schaden.
- Communicatie met stakeholders: Ombudsman, BOink, advocaat cliënten. Dit moet persoonlijk (telefonisch) door Dg/directeuren Belastingdienst. Timing (?)
- Interne communicatie: bericht ☐ en boodschap naar organisatie. Bij inzet rijksportaal Ministerie Financiën de berichtgeving in lijn brengen.

b. ADR-rapport CAF

Rond het verschijnen van het ADR-rapport over de overige CAF -zaken zullen er nadere communicatie-acties komen (extern en intern). De keuze hierin is sterk afhankelijk van de aard en omvang van de overige CAF-zaken en de aanbevelingen van de ADR. De nieuw betrokken kinderopvangcentra moeten in beeld worden gebracht incl analyse op media-gevoeligheid. Er zal een nadere stakeholderanalyse moeten komen zodra het andere domeinen betreft dan alleen de kinderopvang/gastouderopvang. Denk daarbij aan wonen (huurtoeslag) en zorg (zorgtoeslag). Dit vraagt in dat geval nadere betrokkenheid van de inhoudelijke vakdepartementen (SZW, BZK, VWS), zowel beleidsinhoudelijk als communicatief.

Acties en middelen: nog nader te bepalen

c. Eindrapport commissie Donner

Rond het verschijnen van het eindrapport van de commissie Donner (december) zullen er nadere communicatie-acties komen (extern en intern). Het gaat hier om adviezen en voorstellen rondom de verbetering van het stelsel van toeslagen. De verwachting is dat er in de media discussie gaat ontstaan over houdbaarheid en wenselijkheid van het toeslagen stelsel – en zelfs over de gehele inrichting van het belastingstelsel. En over de vraag of Toeslagen nog thuis hoort binnen de Belastingdienst.

Acties en middelen:

- Mediaplan Min Fin presentatie Eindrapport
- Social mediaplan Min Fin
- Interne communicatie

IBO-rapport

Het is communicatief het beste om de reactie op het IBO-rapport te combineren met het eindrapport van de commissie Donner in december indien dat mogelijk is. Ook hier gaat het om adviezen en voorstellen rondom de verbetering van het stelsel van toeslagen.

d. Autoriteit Persoonsgegevens (AP)-rapport 2e Nationaliteit

De voorlopige inschatting is nu dat de communicatie-acties rond het AP-rapport over 2^e Nationaliteit in de eerste aanleg beperkt kunnen blijven tot een reactietekst (evt kabinetsbreed).

Hier is noodzakelijk om goed te monitoren hoe de discussie en het krachtenveld zich manifesteert. Zodra de discussie zich gaat focussen op discriminatie door de overheid van Nederlanders met een tweede nationaliteit zullen er nieuwe frames en spelers in beeld komen (migrantenorganisaties). Daarbij ook de vraag in welke mate de discussie zich dan specifiek richt op de Belastingdienst of veel meer op de dienstverlening van de overheid als geheel.

Het is wel belangrijk dat de Belastingdienst – samen met andere overheidsdiensten – op een pro-actieve, zichtbare manier voor de langere termijn werk maakt van de discussie rond het issue ‘etnisch profileren’, inclusief de dilemma’s waar je als handhaver mee te maken krijgt. Dat geldt eveneens voor politie, inspectiediensten, UWV, CAK etc. Dit thema kan goed een plek krijgen in de ministeriële commissie Uitvoering.

Tegelijk gaat het hier ook om de vraag hoe je als Belastingdienst sowieso omgaat met complexe, gevoelige maatschappelijke issues – zoals in dit geval etnisch profileren. Het is goed om deze issues bijtijds te herkennen (via issuepanel) en op een open manier te kunnen bespreken, zeker omdat hier vaak dilemma’s aan de orde zijn. Daarmee toont de Belastingdienst zich dan als een overheidsorganisatie die sensitief is voor ontwikkelingen in de samenleving. Advies is om volgend jaar te starten met een aantal discussie-bijeenkomsten rond maatschappelijke issues/dilemma’s die raken aan het werk van de Belastingdienst. Belangrijk is wel dat het CAF dossier zich positief heeft ontwikkeld en de resultaten tot rust hebben geleid.

Acties en middelen:

- Persreactie Ministerie Financiën (evt kabinetsbreed)
- Communicatie-voorstel voor de opzet van een discussie-reeks Belastingdienst vanaf januari tot oktober 2020.

e. Rapporten Cultuur Belastingdienst

Een belangrijk feit is dat de staatssecretaris cultuur heeft toegevoegd als 4^e pijler aan de aanpak ‘Beheerst vernieuwen’. Rond het verschijnen van de cultuurrapporten zullen er nadere communicatie-acties komen, extern en intern. Intussen inventariseren we de bestaande cultuurtrajecten (verleden en heden). Deze vanaf nu ook concreet benoemen in alle externe communicatie over cultuur Belastingdienst. Daarmee zichtbaar maken dat cultuurverandering deels al in gang is gezet. Het sluit in ieder geval aan op het lopende leiderschaps- en cultuurtraject.

Acties en middelen: nog nader te bepalen en als onderdeel van ‘Beheerst vernieuwen’.