



Opdrachtovereenkomst inhuur Team Communicatie

1. Algemene informatie

- Onderwerp: *'Bestrijding identiteitsfraude met IB-aangifte en toeslagaanvragen'*
- Datum Intake: 8 mei, 23 mei 2012

2. Opdrachtgever:

- Organisatieonderdeel: Landelijke Toezichtorganisatie
- Naam:
- Adres:
- Tel nr: (06)

3. Contactpersoon voor communicatieadviseur:

- Naam:
- Adres:
- Tel nr: (06)

4. Omschrijving klantvraag:

Binnen de Belastingdienst zien we een toename in het onterecht aanvragen van toeslagen (m.n. kinderopvangtoeslag) en belastingteruggave IB. In een flink aantal gevallen valt dit samen met identiteitsfraude, oftewel: het misbruik van andermans persoonlijke gegevens (vooral: DigiD) om op basis van gefingeerde gegevens te zorgen dat Belastingdienst onterecht geld uitbetaald.

Initiatieven van de 'Antifraudebox' om dit probleem te adresseren waren voorsnog vooral gericht op

- a. Het (h)herkennen van fraudepatronen en daders, en;
- b. Maatregelen die voorkomen dat er fraude *kan* worden gepleegd.

Helaas kunnen niet alle mogelijkheden vooraf worden afgesloten. Communicatie is een alternatief instrument waarmee klanten kunnen worden gestimuleerd zich aan de regels te houden.

B/CKC wordt daarom gevraagd ondersteuning te bieden bij het uitwerken van een communicatietraject ter bestrijding van opvallende of veel voorkomende situaties van identiteitsfraude door kwetsbare groepen.

5. Aanleiding klantvraag:

Business intelligence heeft uitgewezen dat situaties van identiteitsfraude bij de Belastingdienst zich in ieder geval voordoen bij:

1. Klanten die in (acute) geldnood zitten en – bewust of onbewust – gebruik maken van mogelijkheden om op korte termijn geld te 'lenen'.
Modus operandi:

- Malafide tussenpersonen verleiden burgers (vooral via mail en internet) met een te mooie voorstelling van zaken en vragen – tegen een flinke vergoeding – toeslagen en teruggaaf aan op basis van gefingeerde gegevens;
- Via mail en internetsites worden burgers verleid persoonlijke gegevens (bsn, DigiD) af te staan die vervolgens door 'daders' worden misbruikt om toeslagen en belastingteruggaven over te laten maken naar eigen rekeningnummers.

Vanwege de acute geldnood zijn deze burgers minder gevoelig voor communicatie over de gevaren van het vrijgeven van persoonlijke gegevens en het aanvragen op basis van gefingeerde gegevens.

2. Klanten die – vooral als gevolg van hun overwegend allochtone omgeving en andere culturele achtergrond - vergrote kans hebben zich te laten verleiden tot niet-compliant gedrag en het (al dan niet bewust) meewerken aan fraude.

Modus operandi:

- Malafide tussenpersonen uit de eigen kring spelen in op in de culturele kring geldende waarden en verleiden daarmee burgers hun persoonlijke gegevens beschikbaar te stellen voor het tegen betaling aanvragen van belastingteruggaven en toeslagen.

Reguliere communicatiemiddelen zijn minder effectief omdat bij deze burgers:

- Beperkte kennis van de taal en 'how-we-do-things' drempels opwerpt,
- De culturele achtergrond het (sterk negatieve) beeld van de Nederlandse overheid beïnvloedt, en
- De tussenpersonen goed gebruik maken van de behoefte in deze doelgroep, te weten: persoonlijke contact.

3. Buitenlandse werknemers die – door gebrek aan kennis over de werking van de Nederlandse belastingregels en vaak onder druk van malafide uitzendbureau's- onterecht aanspraak (laten) maken op toeslageregelingen.

Modus operandi:

- Buitenlandse medewerkers worden bij binnenkomst in Nederland gedwongen persoonlijke gegevens in te leveren en tegen zeer lage tarieven aan het werk te gaan. Zelfs na terugkeer in het thuisland worden door de 'uitzendbureaus' sociale voorzieningen zoals toeslagen geïnd.

Daarnaast bestaat het vermoeden dat er meer constructies zijn waarin sprake is van identiteitsfraude. Indien deze tijdens het project boven tafel komen, wordt B/CKC ook hiervoor gevraagd met een passend communicatie-advies te komen.

6. Beoogde effect klantvraag:

ALGEMEEN

Er zijn verschillende 'ongewenste handelingen' die samenhangen met identiteitsfraude. Denk bijvoorbeeld aan:

- a. Het op zoek gaan naar 'makkelijk geld' – sites of tussenpersonen die 'easy-money' beloven,

- b. Het overwegen de Belastingdienst als (tijdelijke) geldschieter te gebruiken
- c. Het beschikbaar stellen van persoonlijke gegevens aan derden,
- d. Het opgeven van onjuiste of onvolledige gegevens aan de Belastingdienst of aan derden,
- e. Het betalen van een (onredelijk hoge) fee voor het aanvragen van teruggaven e.d.
- f. Het ondertekenen van onjuist ingevulde formulieren,
- g. Het niet in actie komen als men vaststelt dat toeslag/teruggaafbeschikkingen uitgaan van onjuiste gegevens.

Met elke stap die een burger in dit traject zet, wordt het lastiger 'tot inkeer' te komen. Klanten die zich bewust zijn van hun ongewenste gedrag, zullen steeds meer argumenten bedenken om dit gedrag te rationaliseren ('cognitieve dissonantie'). Oftewel: inkeer wordt steeds ingewikkelder. Daarom is interventie erop gericht de Belastingdienst 'aanwezig' te laten zijn op het moment dat de verleiding tot het (meewerken aan het) begaan van fraude aan de orde is. Hoe eerder in het proces, hoe beter.

Effecten van de aanpak

Door meer op de situatie van de doelgroep toegesneden communicatie in te zetten en te combineren met gerichte dienstverlening, controle-inspanningen en activiteiten van de Antifraudebox, willen we bereiken dat:

1. Potentiële slachtoffergroepen en 'mededaders' zich bewust zijn van de risico's van het beschikbaarstellen van persoonlijke gegevens zoals hun bsn en DigiD (Bijvoorbeeld: 'Houd je identiteitsgegevens privé') en het (mede)plegen van fraude;
2. Kwetsbare doelgroepen in het kader van dit onderwerp:
 - a. de Belastingdienst weten te vinden en te vertrouwen,
 - b. het proces begrijpen en aan de hand daarvan zelfredzamer te worden in het tijdig, juist en terecht aanvragen van toeslagen en voorlopige teruggaven,
 - c. de risico's onderkennen van het inschakelen van (malafide) tussenpersonen,
 - d. de Belastingdienst niet langer gebruiken als middel om snel en makkelijk geld te krijgen of te lenen.
3. Slachtoffers:
 - a. De ondersteuning en steun krijgen die ze verdienen;
 - b. Het gevoel hebben dat gegeven signalen rond fraude door de Belastingdienst serieus worden behandeld en er terugkoppeling over plaatsvindt.
4. Aangaande communicatie rond niet-Westerse doelgroepen:
 - a. Binnen gepaste grenzen een (dienstverlenings)proces wordt uitgewerkt waarmee deze kwetsbare groepen kunnen worden ondersteund;
 - b. CKC meewerkt aan het beschrijven en uitdragen van een nog nader uit te werken beleid rond deze lastige thematiek;
 - c. Het project binnen de Belastingdienst-organisatie en daarbuiten zodanig wordt gepositioneerd dat risico's van stigmatisering en etnische/culturele discussies worden beperkt.

7. Te leveren producten en/of diensten:

Fase 1 – Verkenning van de relevante omgeving, maken van primaire keuzes rond (communicatie)strategie, vastleggen van keuzes en planning in een plan van aanpak (voor gehele project);

Fase 2 – Uitwerking communicatiestrategie en -plan (bij voorkeur als onderdeel van een engagementstrategie) als verdieping op het plan van aanpak;

Fase 3 – Uitvoering communicatieplan.

NB: Deze fasering veronderstelt – onterecht – een puur voltijdelijk traject waarin communicatie pas plaats gaat vinden als de eerste 2 fases zijn afgerond. Dat is niet noodzakelijk. Gezien de complexiteit van het onderwerp verwacht CKC een relatief taai proces rond het beschrijven van de strategie en het communicatieplan dat de nodige tijd zal vragen. Dat wil echter niet zeggen dat (kleine) communicatie-acties intussen nog niet kunnen worden opgestart op basis van een ruwe versie van het communicatieplan.

8. Planning, bemensing en calculatie van de kosten:

Aangezien er voor het project '*Bestrijding identiteitsfraude met IB-aangifte en toeslagaanvragen*' nog geen concreet plan van aanpak ligt, is het lastig een indicatie af te geven voor de planning, bemensing en kosten. Er wordt daarom voor gekozen op dit moment slechts afspraken te maken voor fase 1 (zie paragraaf 6), gecombineerd met eerste interventies (indien opportuun).

Voor fase 1/2 geldt:

Planning: Inzet medio juli – september 2012

Bemensing: Adviescapaciteit wordt in principe geleverd door voor gemiddeld 1,5 dag per week

Kosten: Voor fase 1, maar ook voor volgende fases geldt:

- Voor de inzet van worden geen kosten in rekening gebracht,
- Voor de inzet van externe partijen via CKC worden de kosten – na akkoord op de offerte – in rekening gebracht bij het project,
- Kosten verbonden aan productontwikkeling worden geoffreerd en in rekening gebracht bij het project.

14. Ondertekening opdrachtnemer:

Voor akkoord,

Belastingdienst/Centrum en communicatie

15. Ondertekening opdrachtgever :

Voor akkoord,

 Fraude
Landelijke Toezichtsorganisatie